

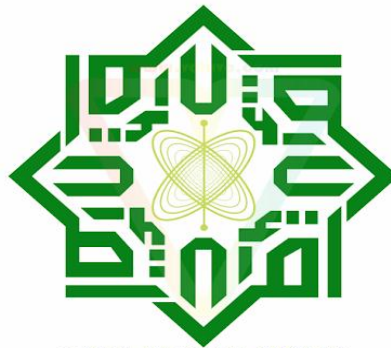
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH APLIKASI *BALILANJO.COM* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE
PADA MASYARAKAT KOTA SUNGAI PENUH
DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

*Ditujukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE)*



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

PRIMA WILONA PUSPITA

11625200515

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU**

1442 H/2020 M

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul ***"PENGARUH APLIKASI BALILANJO.COM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA SUNGAI PENUH DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"*** yang ditulis oleh:

Nama : PRIMA WILONA PUSPITA

NIM : 11625200515

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam siding Munaqasah
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 Juli 2020

Pembimbing Skripsi



Bambang Hermanto, M.Ag

NIP.19780214200003 1 001

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH APLIKASI BALILANJO.COM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA SUNGAI PENUH DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**, yang ditulis oleh:

Nama : **PRIMA WILONA PUSPITA**
NIM : 11625200515
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 10 Agustus 2020
Waktu : 13.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 30 Agustus 2020
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. H. Maghfirah, M.A

Sekretaris
Syukran, M.Sy

Penguji I
Dr. Hj. Hertina, M.Pd

Penguji II
Dr. M. Ihsan, M.Ag

Mengetahui :
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Drs. H. Hajar, M.Ag.
NIP. 19580712 1986031 005

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Prima, (2020) : “Pengaruh Aplikasi Balilanj.Com terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Masyarakat Kota Sungai Penuh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”.

Belanja online saat ini sedang digandrungi oleh masyarakat, dari kalangan tua sampai generasi muda. Generasi muda saat ini cenderung lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk menjelajahi dunia maya, dimana mereka suka mencoba berbagai hal baru termasuk juga belanja online. Tidak hanya kalangan muda, saat ini kemajuan teknologi bahkan diikuti hampir semua kalangan. Hal tersebut juga sudah merambah diberbagai daerah termasuk masyarakat Kota Sungai Penuh. Mereka lebih tertarik dengan belanja online karena, kemudahan yang dirawarkannya sesuai dengan mereka yang suka melakukan berbagai hal dengan mudah dan cepat.

Penelitian ini mengkaji bagaimana pengaruh salah satu aplikasi belanja online yang ada di Kota Sungai Penuh yaitu pengaruh aplikasi Balilanj.com terhadap keputusan pembelian secara online. Mengetahui perspektif ekonomi Islam terhadap sistem penjualan pada aplikasi Balilanj.com di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Balilanj.com. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah diambil dari semua populasi yakni sebanyak 50 responden dengan menggunakan teknik total sampling. Uji peneliuan yang digunakan adalah uji instrumen berupa uji validitas dan uji realibilitas (simultan), uji regresi linier berganda dan uji hipotesis berupa uji t (parsial) dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Promosi berpengaruh negatif karena dari hasil uji t, diketahui nilai t hitung $(0,176) < t$ tabel $(1,800)$ dan signifikansi $(0,861) > 0,05$. Harga berpengaruh positif karena dari hasil uji t, diketahui nilai t hitung $(2,488) > t$ tabel $(1,800)$ dan signifikansi $(0,017) < 0,05$. Kualitas berpengaruh positif karena dari hasil uji t, diketahui nilai t hitung $(0,492) > t$ tabel $(1,800)$ dan signifikansi $(0,000) < 0,05$. Teknologi berpengaruh negatif karena dari hasil uji t, diketahui nilai t hitung $(0,028) < t$ tabel $(1,800)$ dan signifikansi $(0,978) > 0,05$. Sedangkan secara simultan promosi, harga, kualitas, dan teknologiberpengaruh positif karenanilai F hitung $> F$ tabel yaitu $34,263 > 3,204$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ terhadap kepututasn pembelian secara online pada aplikasi Balilanj.com.

Sistem penjualan pada aplikasi Balilanj.com telah sesuai dengan prinsip jual beli dalam perspektif ekonomi Islam. Hal ini ditunjukkan dengan praktek jual beli yang dilakukan tidak ada yang bertentangan dengan etika perdagangan secara Islami, seperti halnya pengambilan keuntungan yang tidak berlebihan, produk yang diperjualbelikan bukanlah barang yang dilarang dalam syariat Islam.

Kata kunci: Belanja Online, Keputusan Pembelian, aplikasi Balilanj.com.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alam, segala puji dan syukur penulis kepada Allah SWT, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Aplikasi Balilango.Com Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Masyarakat Kota Sungai Penuh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**.

Shalawat dan salam senantiasa kita hadiahkan untuk junjungan alam Nabi Muhammad SAW, Allah humma shall 'alaa muhammad, wa 'ala ali Muhammad. Sesungguhnya skripsi ini telah di susun sesempurna mungkin. Namun, penulis menyadari bahwa skripsi ini yang di susun tidak luput dari kesalahan karena keterbatasan pengetahuan dan wawasan pada penulis.

Oleh karena itu berbagai masukan dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Namun dengan harapan yang besar skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang lebih bermakna. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih pada pihak-pihak yang memberi bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan yang baik ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

Kedua Orang Tua Ayahanda Zulfajri dan Ibunda Maira Deswita. Terimakasih atas semua kasih sayang, pengorbanan, kepercayaan, dukungan, serta mendoakan selalu setiap langkah ananda untuk mencapai kesuksesan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adikku Ibtihal Natiqah. Penulis mengucapkan terimakasih karena selalu memberikan motivasi, dukungan, dan semangat kepada penulis yang senantiasa menjadi tempat penulis bersenda gurau.

Pamanku Domi Sandra dan Etek Gustina. Terimakasih atas segala motivasi dan semangat yang senantiasa diberikan selama kuliah ini sehingga penulis bisa menyelesaikan kuliah dengan baik.

Sahabat-sahabat tersayang Suci Monitya Pratiwi, Elka Tra Fauzi, Rahmad Ilham dan teristimewa Dedek Tri Yohanda. Terimakasih telah menemani setiap langkah penulis selama ini, segala motivasi dan semangat yang diberikan sangat bermakna bagi penulis dalam menyelesaikan tanggungjawab ini.

5. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.

6. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta bapak Dr. Heri Sunandar, M.CI selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag selaku Wakil Dekan II, dan bapak Dr. Maghfirah, M.Ag selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.

Bapak Syahpawi, S.Ag, M.Sh selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu dosen dan Karyawan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak Bambang Hermanto, M.Ag selaku dosen Pembimbing Akademik dan sekaligus sebagai pembimbing skripsi. Peneulis ucapkan terimakasih atas segala bimbingan dan masukan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.Seluruh konsumen Balilango.com yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner secara objektif.

Semua sahabat ku Nurul Afrianti, Lilis Sugiarti, Masdiana Aruan, teman-teman EI F serta teman-teman SCEI yang selalu memberikan masukan dan motivasi kepada penulis.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Apapun kontribusi yang telah diberikan oleh pihak — pihak yang ikut serta dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah Swt.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga Allah memberikan rahmat dan karunia-Nya. Amin Ya Rabbal Alamin. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 27 Juli 2020

Penulis

PRIMA WILONA PUSPITA
NIM. 11625200515

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Metodologi Penelitian	10
F. Metode Penulisan	19
G. Model Kerangka Berpikir.....	20
H. Hipotesis.....	21
I. Sistematika Penulisan.....	22
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Aplikasi <i>Balilango.Com</i>	23
B. Struktur Organisasi Manajerial Aplikasi <i>Balilango.Com</i> ...	26
C. Aktivitas Usaha	31
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	
A. Aplikasi	33
B. Keputusan Pembelian.....	38
C. <i>Balilango.Co</i>	45
D. Sistem Jual Beli Dalam Islam	52
E. Keterkaitan Antar Variabel	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Aplikasi <i>Balilango.Com</i> Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Masyarakat Kota Sungai Penuh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam	70



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Online Pada Aplikasi <i>Balilango.Com</i>	96
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI PENULIS



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel IV.2	Responden Berdasarkan Umur	71
Tabel IV.3	Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	71
Tabel IV.4	Responden Berdasarkan Jenis Hp Yang Digunakan.....	72
Tabel IV.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel IV.6	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	73
Tabel IV.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Aplikasi.....	74
Tabel IV.8	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	80
Tabel IV.9	Hasil Uji Validasi.....	83
Tabel IV.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	84
Tabel IV.11	Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel IV.12	Hasil Autokorelasi	88
Tabel IV.13	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	89
Tabel IV.14	Hasil Uji F.....	93
Tabel IV.15	Koefisien Korelasi Sederhana (R)	94
Tabel IV.16	Koefisien Determinasi (R^2).....	95

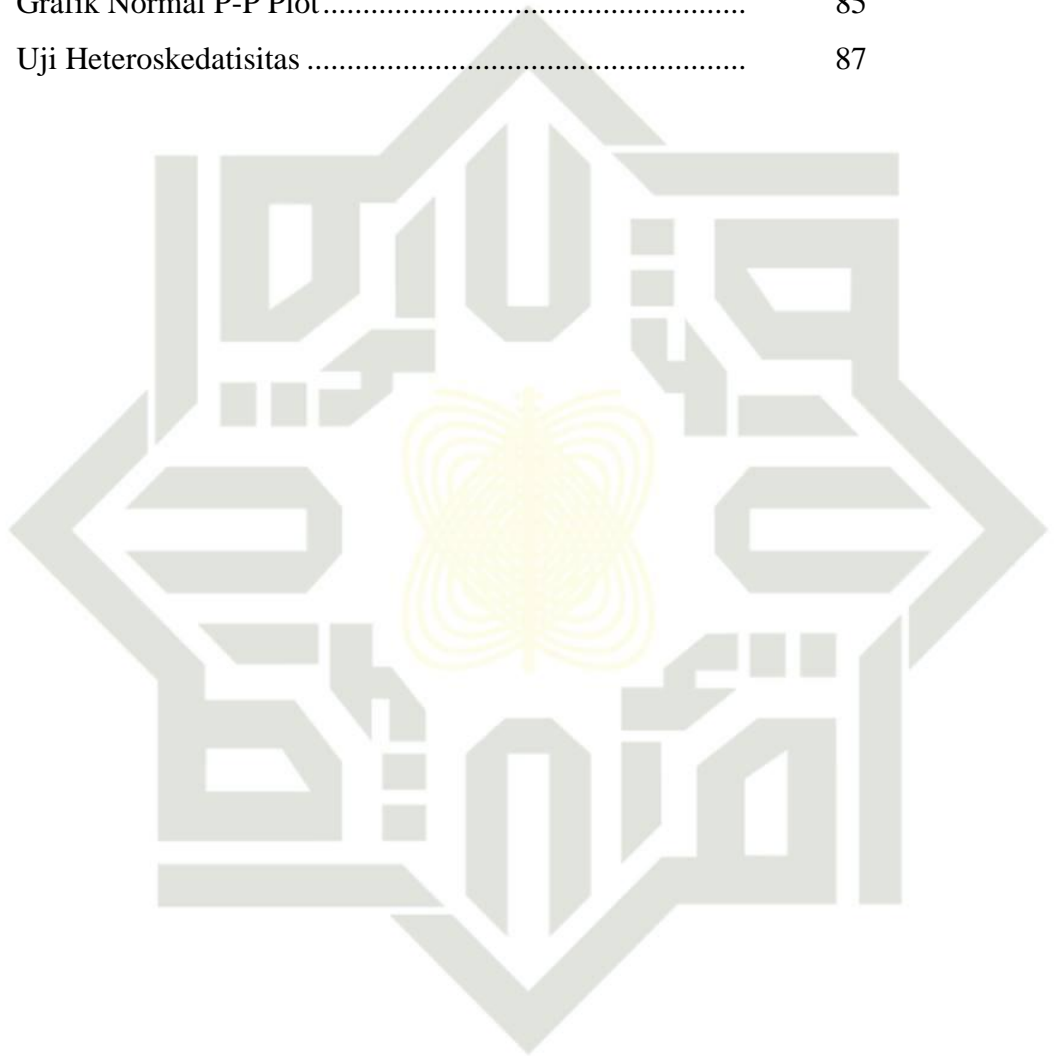


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Kerangka Berpikir	20
Gambar II.1	Struktur Organisasi Aplikasi <i>Balilango.Com</i>	27
Gambar II.2	Proses Menggunakan Aplikasi <i>Balilango.Com</i>	32
Gambar IV.11	Grafik Normal P-P Plot.....	85
Gambar IV.13	Uji Heteroskedastisitas	87



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini ditandai dengan pertumbuhan industri yang begitu pesat. Hal ini membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, perusahaan dituntut agar harus memiliki kemampuan yang kompetitif agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya ataupun melakukan ekspansi bisnis dengan melakukan berbagai macam strategi demi memperkenalkan produknya pada masyarakat. Pada era milenial ini juga menuntut masyarakat untuk mampu memanfaatkan teknologi dengan baik, karena melihat saat ini teknologi yang berbentuk internet sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin meningkat membuat masyarakat tidak lagi terbatas oleh waktu dan tempat untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan.

Terlebih lagi pada zaman sekarang telah banyak masyarakat yang menggunakan handphone android yang dapat mengakses segala informasi dimana saja dan kapan saja dengan durasi yang sangat cepat melalui jaringan yang dinamakan internet. Dengan adanya internet telah banyak sektor-sektor bisnis yang dijalankan melalui jaringan internet seperti toko *online*, dan juga jasa transportasi *online*.

Dalam sektor bisnis banyak yang menjadi tolak ukur pertimbangan keputusan konsumen terhadap suatu produk diantaranya yaitu, kualitas jasa yang diberikan dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Maka dari itu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peningkatan dan perbaikan kualitas jasa sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan.

Untuk keberhasilan perusahaan, semua kegiatan pemasaran yang dilakukan harus diarahkan untuk memberikan kepuasan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai sasaran pemasaran. Seperti diketahui, kebutuhan dan keinginan konsumen mempunyai keanekaragaman serta mempunyai banyak tingkatan pula. Oleh karena itu, di dalam melaksanakan konsep pemasaran, perusahaan yang berorientasi kepada konsumen tidaklah semata-mata berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pada tingkat biaya sebarang, sehingga merugikan perusahaan.¹

Setelah melaksanakan pelayanan yang baik dan memberikan harga yang baik bagi konsumen maka segala keputusan dalam pembelian produk akan diserahkan kepada konsumen itu sendiri. Keputusan tersebut diambil melalui beberapa pertimbangan dalam mengambil tindakan. William J. Stanton menyebutkan bahwa keputusan pembelian untuk kebanyakan produk hanyalah suatu kegiatan rutin dalam arti kebutuhan akan cukup terpenuhi melalui pembelian ulang suatu produk yang sama. Namun apabila terjadi perubahan harga dan pelayanan yang diterima maka konsumen tersebut mungkin tidak akan mengulang kembali keputusan pembeliannya dengan mempertimbangkan berbagai alternatif produk lainnya.²

¹Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 89.

²Usman Efendi., *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), h. 247.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengambilan keputusan sebagai proses penting yang mempengaruhi perilaku konsumen sangat penting untuk dipahami pemasar. Menurut Schiffman dan Kanuk pengambilan keputusan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang terdiri dari input, proses dan output.³

Konsumen merupakan stakeholder yang sangat hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak mungkin berjalan, kalau tidak ada konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang dibuat dan ditawarkan oleh bisnis. Supaya bisnis berkesinambungan, perlulah konsumen yang secara teratur memakai serta membeli produk atau jasa tersebut dan dengan demikian menjadi pelanggan. Tidak mengherankan, kalau Peter Drucker, perintis teori manajemen, menggarisbawahi peranan sentral pelanggan atau konsumen dengan melandaskan bahwa maksud bisnis bisa didefinisikan secara tepat sebagai “*to create a customer*” (untuk menjadikan seorang pelanggan).

Bahwa konsumen harus diperlakukan dengan baik secara moral, tidak saja tuntutan etis, melainkan juga syarat mutlak untuk mencapai keberhasilan dalam bisnis. Perhatian untuk etika dalam hubungan dengan konsumen, harus dianggap hakiki demi kepentingan bisnis itu sendiri. Perhatian untuk segi-segi etis dari relasi bisnis konsumen itu mendesak, karena posisi konsumen agak lemah. Walaupun konsumen digelar raja, pada kenyataannya kuasanya sangat terbatas dalam berbagai alasan. Antara lain karena daya belinya sering kali tidak seperti diinginkan. Apa yang pada kenyataannya dibeli oleh konsumen, belum tentu sama dengan apa yang sebenarnya ingin dibelinya.

³Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Jogjakarta: Pustaka Ilmu), 2012, h. 15.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berikutnya, pengetahuannya tentang produk atau jasa yang tersedia di pasaran kerap kali tidak cukup untuk mengambil keputusan yang tepat. Hal ini berlaku secara khusus dalam situasi pasar bebas yang modern, di mana ia bisa memilih antara aneka macam produk dan jasa yang berbeda. Konsumen tidak mempunyai keahlian maupun waktu untuk secara seksama menyelidiki tepat tidaknya mutu dan harga dari begitu banyak produk yang ditawarkan. Dalam konteks modern, konsumen justeru mudah dipermainkan dan dijadikan korban manipulasi produsen. Karena itu bisnis mempunyai kewajiban moral untuk melindungi konsumen dan menghindari terjadinya kerugian baginya.⁴

Eksistensi kebutuhan yang berbeda macamnya kemudian menjadi dasar bagi konsumen untuk melakukan tindakan pemilihan atas tersedianya berbagai alternatif produk. Sehubungan dengan keberadaan konsumen dan beraneka ragam kebutuhannya maka produsen harus tanggap untuk melakukan pengamatan terhadap apa yang menjaadi keinginan. Sehingga perusahaan dapat memenuhi dan memuaskan konsumen melalui produk yang ditawarkan.⁵

Salah satu cara pebisnis untuk mengembangkan bisnisnya yakni dengan mengikuti perkembangan zaman juga. Era sekarang ini kerap disebut dengan era digital, yang mana orang-orang lebih menyukai segala hal yang praktis termasuk dalam memenuhi kebutuhannya. Salah satu caranya adalah dengan menerapkan belanja via aplikasi atau biasa disebut belanja *online*, karena ini merupakan salah satu cara agar suatu bisnis bisa tetap berjalan seiring perkembangan zaman.

⁴K.Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Kanisius:Jogjakarta, 2000), h. 227.

⁵Sri Wigati, "*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*", (Surabaya : Pustaka IAIN Sunan Ampel, 2011), Jurnal 01 Vol.01, h.25.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Beberapa kajian terdahulu menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. Kajian pertama mengatakan bahwasannya keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.⁶

Kemudian, kajian kedua mengatakan bahwa canggihnya aplikasi gadget sekarang ini banyak menawarkan aplikasi *online* seperti Traveloka, Pegi-pegicom, dan lain-lain. Munculnya aplikasi ini memudahkan konsumen mendapatkan informasi harga tiket pesawat setiap waktu. Sehingga setiap persaingan pada aplikasi *online* ini mengharuskan untuk selalu meningkatkan inovasi pada aplikasi tersebut.⁷

Dari beberapa kajian di atas, sehingga pada penelitian kali ini peneliti akan meneliti mengenai pengaruh fitur-fitur yang ada pada aplikasi *Balilango.com* sehingga konsumen memberikan keputusan pembelian pada aplikasi ini. Dan juga sistem kerja dari aplikasi ini akan ditinjau menurut perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini berlokasi di Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Kota Sungai Penuh merupakan salah satu dari dua kota madya yang ada di Provinsi Jambi, Indonesia. Kota ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang Republik

⁶Zekrianto, "Pengaruh Minta Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Bermerek Pada Distro Hurricane Di Kecamatan Tampan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam", (Pekanbaru : Perpustakaan UIN SUSKA Riau, 2015), h. 35.

⁷Redo Ikawal Jannah, "Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Tiket Online pada Sistem Fast Tour And Travel: PT Ripirsi Lukman Familintravel di Pekanbaru Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", (Pekanbaru: Perpustakaan UIN SUSKA Riau, 2017), h.4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Indonesia Nomor 25 Tahun 2008 yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Kerinci dan pengesahan tersebut dilakukan oleh Menteri dalam Negeri pada tanggal 8 November 2009.

Sungai Penuh merupakan sebuah kota entrepreneurship, sehingga menjadi pusat pembelanjaan strategis bagi masyarakat Kabupaten Kerinci dan sekitar wilayah Kota Sungai Penuh karena posisinya yang terletak di tengah-tengah Kabupaten Kerinci. Selain berbasis entrepreneurship, Kota Sungai Penuh juga merupakan sebuah kota yang berbasis Islam, hal ini terpresntasikan karena mayoritas penduduknya yang beragama Islam dan dinobatkan sebagai kota beragama dari Kementerian Agama Republik Indonesia.

Menurut pengamatan awal mengenai aktivitas dan perkembangan bisnis, kota ini berkembang sangat pesat, begitupun dengan antusias masyarakat dalam mengikuti perkembangan teknologi. Mereka bisa memiliki opini, minat, dan aktifitas yang berbeda. Sebagai akibatnya mereka cenderung memperlihatkan pola perilaku yang berbeda, termasuk membeli produk dan merek yang berbeda dan menggunakannya dalam cara yang berbeda dan untuk tujuan yang berbeda. Pola kegiatan, minat, dan opini yang luas ini dan perilaku yang muncul disebut sebagai gaya hidup (lifestyle). Gaya hidup konsumen langsung dipengaruhi oleh pendidikan, pendapatan rumah tangga, pekerjaan, dan jenis produk dan jasa yang dibeli untuk memainkan peran mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tingkat pendidikan cenderung mempengaruhi kegiatan seseorang, kepentingan, pendapat, nilai, dan kepercayaan. Pendapatan rumah tangga menentukan kapasitas untuk membeli barang konsumen dan mengungkapkan kepentingan lainnya. Salah satu contoh dari sikap penilaian evaluatif yaitu harga yang bervariasi bagi setiap lapisan masyarakat, aplikasi, kualitas, bentuk dan fitur, saat ini banyak merek yang ditawarkan dan harga cukup bersaing.⁸

Seperti halnya pada era disrupsi ini bermunculan beberapa aplikasi *online* yang merupakan karya putra-putri daerah itu sendiri. Sehingga dengan fenomena masyarakat Kota Sungai Penuh ini muncul beberapa aplikasi belanja *online* karya putra-putri daerah tersebut, di antaranya ialah aplikasi Melai, *Balilango.com*, dan NioTu. Beberapa aplikasi ini menjawab keinginan masyarakat yang antusias dengan belanja secara *online* baik pakaian ataupun makanan.

Dalam hal ini penulis meneliti salah satu aplikasi yaitu *Balilango.com*. Aplikasi *Balilango.com* merupakan toko *online* yang menyediakan produk seperti pakaian serta makanan dan minuman yang ada di Kota Sungai Penuh. *Balilango.com* didirikan pada tanggal 10 Januari 2018 yang digagas untuk membantu dan mempermudah para pemilik toko dan konsumen untuk terkoneksi dengan barang-barang dan menu kuliner yang ada di Kota Sungai Penuh sehingga dapat mempermudah konsumen berbelanja tanpa harus keluar rumah. Aplikasi ini merupakan ide atau gagasan dari tiga orang putra-putri daerah yang sekaligus menjadi CEO *Balilango.com*, yakni Derry Marwan,

⁸Edia Satria, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek BlackBerry Di Kota Sungai Penuh Jambi", Jurnal Ekonomi, 2014, h.3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Zefrianto Siregar, dan Rica Pritama Putri. Kota Sungai Penuh merupakan kota kecil namun mampu menciptakan aplikasi sendiri hasil dari kepekaan terhadap masyarakat sekitar.

Pada aplikasi *Balilango.com* terdapat beberapa fitur yang menjadikannya berbeda dengan aplikasi serupa seperti *Melai dan Niotu*. Fitur-fitur pada aplikasi *Balilango.com* di antaranya ialah pemesanan kuliner, *fashion* pria, *fashion* wanita, dan produk lainnya. Penyediaan fitur untuk pemesanan *fashion* pria dan wanita tidak terdapat pada aplikasi sejenis, dan juga jumlah anggota yang bergabung dalam aplikasi ini juga lebih banyak dibandingkan aplikasi lainnya. Oleh karena itulah aplikasi ini menjadi salah satu pilihan yang banyak diminati masyarakat dalam pembelian secara *online*. Sejauh ini sudah terdapat lebih kurang 50 warung, cafe atau sejenisnya yang menyediakan menu kuliner pada aplikasi ini.

Dari latar belakang dan fenomena perkembangan bisnis *online* (E - marketing) dan juga kerugian yang sering kali dialami konsumen, membuat penulis sangat tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut ke dalam penelitian. Hal ini menimbulkan satu alasan penting mengapa peneliti harus membahas pada penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti memilih judul “Pengaruh Aplikasi *Balilango.com* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Masyarakat Kota Sungai Penuh Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.” Semoga dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi khasanah ilmu pengetahuan untuk masyarakat luas dalam perkembangan Ekonomi Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan untuk menghindari interpretasi yang keliru terhadap hasil penelitian sekaligus menjadikan penelitian ini lebih fokus dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi hanya berkaitan dengan pengaruh aplikasi yang meliputi promosi, harga, kualitas dan teknologi pada aplikasi *Balilango.com* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada masyarakat kota sungai penuh ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam. Keputusan pembelian dipilih karena hal ini yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan aplikasi *online* tersebut.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah aplikasi *Balilango.com* berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* di Kota Sungai Penuh ?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap jual beli *online* pada aplikasi *Balilango.com* di Kota Sungai Penuh ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penelitian ini antara lain :

- a. Untuk mengetahui besar pengaruh aplikasi *Balilango.com* terhadap keputusan pembelian secara *online*.
- b. Untuk mengetahui dan memahami jual beli *online* pada aplikasi *Balilango.com* jika ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain :

- a. Bagi peneliti, sebagai persyaratan dalam menyelesaikan studi S1 dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola aplikasi *Balilango.com* untuk meningkatkan penjualan produk dan sebagai referensi bagi perusahaan terutama untuk melakukan analisis terhadap perilaku konsumen yang akan menjadi dasar dalam proses pengambilan kebijakan pemasaran dan pelayanan di aplikasi *Balilango.com*.
- c. Di samping itu juga bermanfaat untuk mempermudah konsumen dan penjual menemukan mitra yang mereka butuhkan.

E. Metodologi Penelitian

1. Lokasi

Adapun lokasi penelitian yang akan penulis lakukan untuk memperoleh data dan informasi adalah di Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi, dengan alasan permasalahan yang dikajiberada di lokasi tersebut dapat dijangkau oleh peneliti.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian ini adalah satu orang CEO *Balilango.com*, konsumen yang menggunakan aplikasi *Balilango.com*. Sedangkan yang menjadi objek dari penelitian ini adalah pengaruh aplikasi *Balilango.com*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kota Sungai Penuh ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Donald Corper dan Pamela Schindler (2003) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti.⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah satu orang CEO *Balilanj.com* dan konsumen yang menggunakan aplikasi *Balilanj.com* dengan total populasi berjumlah 50 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹⁰ Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan cara *sampling total*. *Sampling Total* adalah teknik pengambilan sampel di mana seluruh anggota populasi dijadikan sampel seua. Penelitian yang dilakukan pada populasi di bawah 100 sebaiknya dilakukan dengan teknik ini, sehingga seluruh anggota populasi tersebut dijadikan sampel semua sebagai subyek yang dipelajari atau sebagai responden pemberi informasi.¹¹ Dalam hal ini, sampel yang diambil adalah sejumlah 50 orang.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h.130.

¹⁰*Ibid.*, h.131.

¹¹*Ibid.*, h.140.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Sumber Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan.¹² Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti.¹³ Data primer disebut juga data asli atau data baku. Adapun data primer dalam penelitian ini yaitu data yang secara langsung dari lapangan berupa wawancara dengan salah satu CEO *Balilango.com* dan membagikan angket atau *questioner* kepada para konsumen yang menggunakan aplikasi *Balilango.com*.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui sumber lain atau sumber kedua yang bukan dari sumber aslinya.¹⁴ Data sekunder biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan peneliti terdahulu.¹⁵

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun data yang dikumpulkan dalam penelitian ini sesuai dengan sifat penelitian yaitu fakta yang terjadi di lapangan, maka dengan landasan tersebut teknik pengumpulan datanya adalah dengan cara :

¹²Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Jogjakarta: Pustaka Belajar, 2007), h. 91.

¹³Sugiyono, *op.cit.*, h. 213.

¹⁴Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, (Jogjakarta: Graha Ilmu, 2012), h.212.

¹⁵M Iqbal Hasan, *Statistik 1 : Statistik Deskriptif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h.33.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis.¹⁶ Dalam melakukan observasi, peneliti dapat terlibat secara langsung (partisipatif) ataupun nonpartisipatif. Menurut Guba dan Lincoln (1991), salah satu keunggulan dari teknik ini yaitu memungkinkan peneliti melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya. Dalam hal ini terkadang peneliti harus menutupi dirinya sebagai seorang peneliti. Oleh karena itu, dalam hal ini peneliti akan melakukan observasi terhadap hal-hal yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti.

Adapun objek observasi penulis dalam penelitian ini meliputi sistem kerja atau cara menggunakan aplikasi *Balilango.com*, produk-produk yang ada pada aplikasi *Balilango.com* apakah ketika pemesanan sesuai dengan spesifikasi atau tidak, apakah terdapat hal-hal yang bertentangan dengan syari'at pada sistem aplikasi ini, tanggungjawab perusahaan serta *driver* dalam memenuhi pesanan konsumen, serta kepuasan para konsumen dalam menggunakan jasa pada aplikasi ini.

b. Wawancara

Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dan bertatap muka secara langsung

¹⁶Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h.101.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antara pewawancara dengan responden.¹⁷ Ketika melakukan wawancara, peneliti dapat mewawancarai secara terstruktur ataupun tidak. Namun, dalam hal penelitian ini peneliti melakukan teknik wawancara tidak terstruktur, tetapi fokus dalam pembahasan yang diperlukan untuk penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan mewawancarai salah satu CEO aplikasi *Balilango.com* dan juga beberapa konsumennya.

c. Angket

Angket atau disebut juga dengan metode kuisioner merupakan metode dalam bentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, kemudian diberikan kepada responden untuk diisi.¹⁸ Selanjutnya, angket dikembalikan kepada peneliti guna sebagai data yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dalam hal ini, dokumentasi yang dimaksud adalah menelusuri dokumen-dokumen, file, serta informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian dengan tujuan untuk menguatkan data.

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui antara pengaruh aplikasi *Balilango.com* (X) terhadap keputusan pembelian secara *online*

¹⁷M Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), h.133.

¹⁸*Ibid.*, h. 130.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(Y) pada aplikasi *Balilango.com* di Kota Sungai Penuh. Pada penelitian ini yang lebih ditekankan adalah metode kuantitatif. Dilakukan dengan metode deskriptif, yaitu metode yang diarahkan untuk memecahkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya hasil penelitian.¹⁹ Menurut Nasution (1998) penelitian deskriptif dimaksudkan untuk memberi gambaran yang lebih jelas tentang situasi-situasi sosial dengan memusatkan pada aspek-aspek tertentu dan sering menunjukkan pengaruh antara berbagai variabel.

7. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur.²⁰ Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap item kuisioner atau skala. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi Product Moment, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan critical value pada table r, dengan taraf signifikan 5% dari jumlah sampel yang ada.. Apabila hasil perhitungan korelasi product moment lebih besar dari critical value, maka instrument ini dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila skor item kurang dari critical value, maka instrument ini

¹⁹Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 65.

²⁰Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009), h. 59.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dinyatakan tidak valid.²¹ Menurut Sugiyono, dapat digunakan rumus sebagai berikut :²²

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

n = jumlah data

x = variabel pertama

y = variabel kedua

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran.²³ Uji reabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi baik hendaknya berdistribusi normal.²⁴ Apabila data tersebut di sekitar garis diagonal maka data tersebut normal dan sebaliknya apabila

²¹Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Jogjakarta: CV Andi Offset, 2012), h.117.

²²Sugiyono, *op.cit.*, h.273.

²³Husein Umar, *op.cit.*, h.58.

²⁴*Ibid.*, h.181.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

data menyebar dan tidak di sekitar garis diagonal maka dikatakan tidak normal.²⁵

2) Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi antara anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam times series atau pada waktu yang berbeda. Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode. Jika ada, berarti terdapat autokorelasi. Dalam penelitian ini keberadaan autokorelasi diuji dengan Durbin Watson.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas. Sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁶

d. Uji Hipotesis Penelitian

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel

²⁵Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jogjakarta: Andi, 2011), h. 69.

²⁶*Ibid.*, h.179.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dependen (Y) . dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah promosi (X_1), harga (X_2), kualitas (X_3), dan teknologi (X_4), sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y). Persamaan umum regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots b_nX_n$$

Keterangan :

Y = Subyek atau nilai dalam variabel dependen.

a = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

2) Uji t

Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dapat dihitung dengan rumus korelasi person product moment sebagai berikut:²⁷

²⁷Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Jogjakarta: Andi, 2009), h. 198.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$t = r \frac{\sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai uji-t

r = Nilai kolerasi

n = Besarnya sampel

3) Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} . Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis, yaitu:

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

4) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah dalam bentuk persen, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.²⁸

Metode Penulisan

Setelah data terkumpul nantinya, selanjutnya penulis akan menyusun data tersebut dengan menggunakan beberapa metode, yaitu sebagai berikut :

²⁸Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.134.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

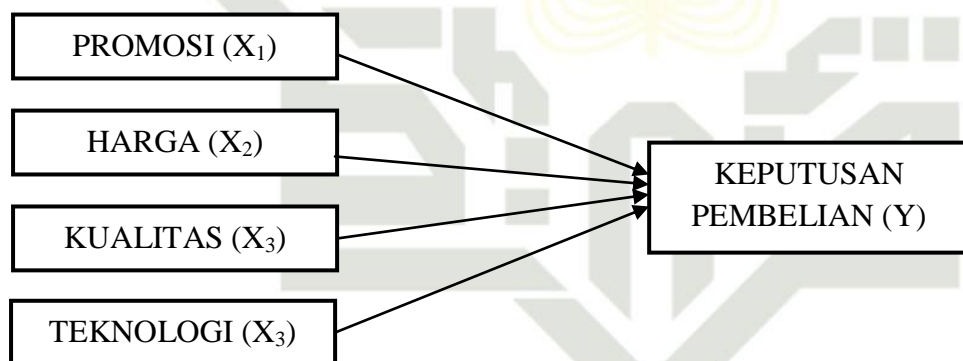
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Deduktif, yakni dengan mengumpulkan data-data yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti, kemudian data tersebut dianalisis dan diambil kesimpulan secara khusus.
2. Deskriptif, yakni dengan menggambarkan secara tepat masalah yang akan diteliti sesuai dengan data yang diperoleh.
3. Korelatif, yaitu dengan melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan apakah ada hubungan antara dua variabel atau lebih.²⁹

Model Kerangka Berpikir

Adapun paradigma penelitian (model hubungan antar variabel) dapat digambarkan sebagai berikut :³⁰

Gambar I.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Sugiyono (2018)

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan masih

²⁹Burhan Bung, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2008), h.26.

³⁰Sugiyono, *op.cit.*, h. 23.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.³¹ Dalam hal ini didapatkan hipotesis sebagai berikut :

Ha : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi, harga, kualitas dan teknologi aplikasi *Balilanjo.com* dengan keputusan pembelian secara *online* pada masyarakat Kota Sungai Penuh.

Ho : Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi, harga, kualitas dan teknologi aplikasi *Balilanjo.com* dengan keputusan pembelian secara *online* pada masyarakat Kota Sungai Penuh.

I. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran umum mengenai isi dalam penelitian ini, maka penulisan tugas akhir ini terdiri dari empat bab. Dimana masing-masing bab dibagi menjadi beberapa sub bab. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metodologi penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN *BALILANJO.COM*

Dalam bab ini berisi tinjauan umum mengenai profil perusahaan *Balilanjo.com*, yang meliputi sejarah singkat, visi dan misi, strukrur organisasi, sistem dan produk perusahaan tersebut.

³¹Sugiyono, *Op.cit.*, h. 99.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendukung penulisan skripsi seperti pengertian-pengertian dari istilah yang digunakan, serta teori-teori mengenai keputusan pembelian secara umum dan dalam perspektif Ekonomi Islam.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan pokok masalah, terutama yang berhubungan dengan pengaruh aplikasi *Balilango.com* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada masyarakat Kota Sungai Penuh ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari bab yang dibahas sebelumnya serta saran dan penutup.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Sejarah Singkat Aplikasi *Balilango.com*

Pada era digitalisasi ini menuntut orang-orang untuk senantiasa mengikuti perkembangan zaman yang ada. Jika tidak, maka akan tertinggal dan banyak kerugian yang didapat. Salah satu bentuk digitalisasi adalah bermunculannya aplikasi belanja *online* yang memudahkan para konsumen untuk mendapatkan produk yang mereka butuhkan.

Bahkan di kota-kota kecil sekalipun juga merasakan dampak dari adanya era digitalisasi ini. Salah satunya Kota Sungai Penuh, yang terletak di Provinsi Jambi berbatasan dengan Sumatera Barat. Kota ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2008 yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Kerinci dan pengesahannya dilakukan oleh Menteri Dalam Negeri pada tanggal 8 Oktober 2009. Dengan luas wilayah sekitar 391,50 km² atau 39.150 ha dengan 23.177 ha merupakan kawasan Taman Nasional Kerinci Seblat dan sisanya adalah daerah efektif perkotaan. Wilayah kota ini memiliki topografi berbukit-bukit, berada pada kawasan Bukit Barisan dan hutan tropis. Mata pencaharian penduduknya sebagian besar adalah sebagai petani. Banyak sayuran dan buahan segar yang dihasilkan kota ini.

Pada tahun 2018 Kota Sungai Penuh dinobatkan sebagai pemenang Indeks Kota Cerdas Indonesia (IKCI) kategori Kota Kecil, dan penghargaan sebagai Kota Religius dan Peduli Hak Asasi Manusia dari Menteri Hukum dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HAM Republik Indonesia. Namun tidak hanya itu, masyarakat Kota Sungai Penuh juga dikenal dengan masyarakat yang antusias dalam mengikuti perkembangan zaman. Hal ini ditandai dengan munculnya beberapa aplikasi belanja *online* karya putra dan putri daerah, salah satunya adalah aplikasi *Balilanj.com*.

Balilanj.com merupakan toko *online* karya putra dan putri Kota Sungai Penuh yang didirikan pada tanggal 10 Januari 2018. Aplikasi ini dibuat dengan tujuan untuk mempermudah pemilik toko dan konsumen terkoneksi meskipun tidak tatap muka secara langsung. Hal ini juga dapat mempermudah konsumen dalam mencari produk-produk yang dibutuhkan, baik makanan, minuman, pakaian, sepatu, bahkan sayur-sayuran dan buah-buahan hasil pertanian penduduk.

Aplikasi ini mampu menarik perhatian masyarakat karena benar-benar memudahkan mereka ketika ingin membeli sesuatu tanpa harus keluar rumah. *Driver* pada aplikasi ini juga semakin banyak, sehingga konsumen tidak kesulitan dalam menemukan *driver* yang akan mengantarkan pesannya. Toko-toko kuliner serta pakaian yang terdaftar pada aplikasi ini juga lebih bervariasi jika dibandingkan dengan aplikasi serupa yang ada di Kota Sungai Penuh, sehingga konsumen lebih tertarik untuk menggunakan aplikasi ini.

Penggunaan aplikasi yang gampang dan cara pemesanan yang sederhana juga merupakan alasan konsumen memilih aplikasi *Balilanj.com*. dalam aplikasi *Balilanj.com* ada dua opsi pemesanan yakni via WhatsApp

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan juga via telepon yang nantinya akan langsung terkoneksi dengan adminnya.

Adapun produk-produk yang disediakan pada aplikasi *Balilango.com* berasal dari pedagang-pedagang yang ada di Kota Sungai Penuh, baik dari toko ataupun usaha rumahan. Produk-produknya seperti:

1. Kuliner
2. Pakaian wanita dan pria
3. Aksesoris
4. Sepatu
5. Sayur-sayuran dan buah-buahan

Dan juga pada aplikasi ini konsumen dapat *request* jika produk atau toko yang diinginkan tidak terdaftar dalam aplikasi.

a. Profil Usaha

Nama Usaha	: <i>Balilango.com</i>
Nama Pemilik	: Derry Marwan
Tempat Kedudukan	: Dusun Baru, Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi
Jenis Usaha	: <i>Electronic commerce (E-commerce)</i>
Tujuan	: Membantu dan mempermudah para pedagang dan konsumen untuk terkoneksi tanpa harus tatp muka secara langsung
Modal Usaha	: Modal pribadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Visi dan Misi Aplikasi *Balilanj.com*

Setiap usaha yang didirikan pasti mempunyai tujuan, untuk mewujudkan tujuan tersebut maka terlebih dahulu menetapkan visi dan misi usahanya. Visi dan misi ditetapkan dalam rangka mengarahkan dalam menjalankan usaha.

1) Visi Aplikasi *Balilanj.com*

Menjadi aplikasi belanja *online* yang terpercaya dan memberikan kualitas terbaik dari segi mutu maupun pelayanan terhadap konsumen serta melayani kebutuhan konsumen mulai dari pemesanan hingga pengantaran barang sampai kepada konsumen.

2) Misi Aplikasi *Balilanj.com*

- a) Memenuhi kebutuhan konsumen dengan selalu menyediakan produk yang berkualitas dan harga terjangkau.
- b) Menjaga kepercayaan konsumen terhadap bisnis *online* khususnya E-commerce di Kota Sungai Penuh.
- c) Memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumen.³²

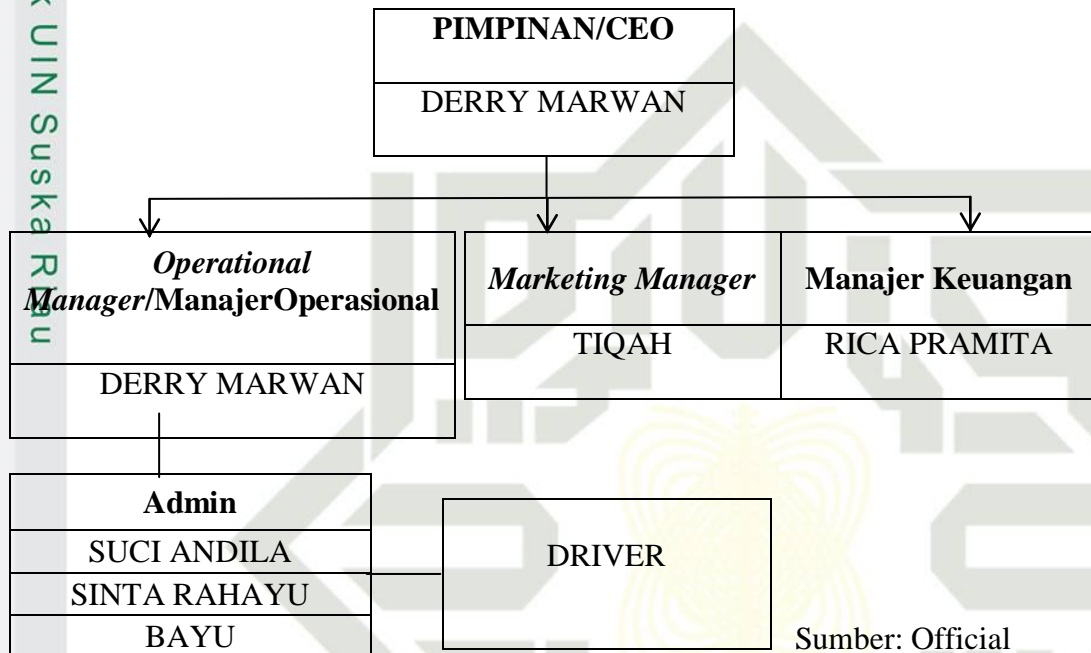
Struktur Organisasi Manajerial Aplikasi *Balilanj.com*

Struktur organisasi merupakan gambaran umum perusahaan secara sederhana, struktur organisasi memperlihatkan tingkatan-tingkatan dalam suatu organisasi yang memberikan perintah, menjalankan, melaksanakan, serta siapa yang memutuskan kebijaksanaan dan lain-lain. Struktur organisasi

³² Wawancara, Derry Marwan, CEO *Balilanj.com*, di Kota Sungai Penuh pada tanggal 1 Maret 2020.

perusahaan menggambarkan wadah kegiatan usaha, penempatan orang-orang dan pengaturan hubungan kerja.³³

Gambar II.I
Struktur Organisasi Aplikasi *balilanj.com*



Balilanj.com

Dari gambar II.I Struktur Organisasi Aplikasi *Balilanj.com* dapat diketahui bahwa tugas dari masing-masing bagian dalam organisasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan/CEO (*Chief Executive Officer*)

CEO adalah jabatan untuk jajaran eksekutif tertinggi dalam suatu perusahaan. Tugas dari CEO adalah bertanggungjawab atas berjalannya perusahaan. Setiap keputusan diambil oleh CEO dan sebagai CEO juga harus berani mempertanggungjawabkan segala keputusan. Adapun tugas-tugas CEO adalah sebagai berikut:

³³Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2009), h. 65.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Merencanakan, mengelola, dan menganalisis segala aktivitas fungsional bisnis seperti operasional, sumber daya manusia, keuangan, dan pemasaran.
- b. Mengelola perusahaan sesuai dengan tujuan strategis perusahaan dengan keefektivan dan biaya seefisien mungkin.
- c. Merencanakan dan mengelola kinerja pada sumber daya manusia agar sumber daya manusia yang berkompeten teridentifikasi dan dapat ditempatkan pada posisi yang sesuai sehingga dapat memaksimalkan kinerja perusahaan.
- d. Merencanakan, mengelola, dan mengeksekusi perencanaan strategi bisnis atau korporat baik untuk jangka waktu menengah maupun panjang dengan mengacu pada visi dan misi perusahaan.
- e. Mengambil berbagai keputusan strategis yang berdampak baik bagi sustainabilitas perusahaan berdasarkan hasil analisis data dan fakta baik yang telah menjadi jejak rekam (record) perusahaan maupun analisis terhadap berbagai faktor lingkungan bisnis.
- f. Menjaga sustainabilitas keunggulan kompetitif perusahaan dan meningkatkan kompetensi utama perusahaan dan mengimplementasikannya.

2. *Marketing Manager*/Manajer Pemasaran

Marketing Manager atau Manajer Pemasaran adalah profesi dibidang marketing yang mempunyai tanggungjawab kerja untuk membuat perencanaan, pengarahan, dan atau memberikan koordinasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebijakan maupun program yang terkait dengan pemasaran. Adapun tugas dari manajer marketing adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan.
 - b. Merencanakan marketing research yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap produk yang sejenis dari perusahaan pesaing.
 - c. Melakukan perencanaan analisis peluang pasar.
 - d. Melakukan perencanaan tindakan antisipatif dalam menghadapi penurunan order.
 - e. Merencanakan pengembangan jaringan pemasaran.
 - f. Menyusun perencanaan arah kebijakan pemasaran.
3. *Operational Manager/Manajer Operasional*

Manajer operasional adalah profesi dibidang operasional yang bertanggungjawab atas manajemen tenaga kerja, produktivitas, kontrol kualitas dan keselamatan secara efektif dan efisien sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan. Adapun tugas dari manajer operasional adalah sebagai berikut:

- a. Menekan biaya pengeluaran operasional seminim mungkin.
- b. Melakukan eliminasi terhadap pengeluaran operasional yang tidak penting.
- c. Mengembangkan inovasi tentang operasional agar berjalan dengan baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Meningkatkan efektivitas operasional perusahaan.
- e. Mengawasi persediaan barang distribusi, penyedia jasa, dan letak fasilitas operasional.
- f. Mengawasi kualitas produk.

4. Admin

Admin merupakan orang yang secara umum mengelola media-media *online* perusahaan. Baik itu media sosial, *e-mail*, serta mengelola orderan yang masuk agar tidak terjadi double dalam pemesanan sehingga merugikan konsumen. Adapun tugas admin adalah sebagai berikut:

- a. Cek proses orderan masuk.
- b. Membalas chat atau pertanyaan dari konsumen.
- c. Memproses orderan yang sudah *paid*.
- d. Sebagai perantara antara konsumen dan *driver*.
- e. Merekap orderan dan penjualan harian.

5. Driver/Pengemudi

Driver adalah mereka yang bertanggungjawab dalam mengantarkan pesanan konsumen sehingga sampai dengan selamat ditangan konsumen. Dalam hal ini tugas driver adalah sebagai berikut:

- a. Membeli/ produk sesuai dengan pesanan konsumen.
- b. Mengantarkan pesanan samapai ke alamat yang diminta oleh konsumen.
- c. Memastikan produk yang dibeli tidak salah dan tidak mengecewakan konsumen.³⁴

³⁴Wawancara Derry Marwan, pengelola *Balilango.com*di Kota Sungai Penuh, tanggal 28 November 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aktivitas Usaha

Aktivitas usaha aplikasi *Balilanj.com* sehari-hari adalah menjalankan kegiatannya dalam melayani orderan konsumen dimulai dari jam 09.00 WIB sampai jam 21.30 WIB. Terdapat dua opsi untuk sistem pembayaran pada *Balilanj.com* yaitu via bank dan bayar ditempat.

Untuk mengetahui sistem kerja dari aplikasi ini dapat dilihat pada keterangan serta gambar berikut ini :

1. Aplikasi *Balilanj.com* sudah terdaftar di PlayStore sehingga bisa langsung didownload pada *PlayStore*.
2. Setelah download, maka aplikasi tersebut akan muncul pada layar *handphone*, buka aplikasi dan tampil halaman awal ketika membuka aplikasi *Balilanj.com*, selanjutnya akan ada tahap-tahap yang diikuti untuk melanjutkan masuk pada aplikasi tersebut.
3. Selanjutnya adalah petunjuk dalam pencarian produk dan meletakkan pada menu *favorite*, sehingga ketika ingin mencari menu yang sama maka masih tersedia pada menu *favorite* tersebut.
4. Terlihat bagaimana cara pemesanan produk, yaitu bisa dilakukan dengan menggunakan *WhatsApp* dan bisa juga dengan telepon langsung ke nomor admin yang sudah otomatis tersambung.
5. Jika sudah bergabung, maka aplikasi sudah bisa digunakan.

Gambar II.2
Proses Menggunakan Aplikasi *balilanj.com*



Sumber: Official *Balilanj.com*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

Aplikasi

1. Pengertian Aplikasi

Aplikasi merupakan suatu alat atau perangkat maupun software yang dapat digunakan untuk menyelesaikan suatu masalah atau kegiatan tertentu yang telah di rancang sebelumnya. Menurut Kadir aplikasi adalah perangkat lunak aplikasi (*aplication software*) adalah program yang biasa dipakai oleh pemakai untuk melakukan tugas-tugas yang spesifik misalnya untuk membuat dokumen, memanipulasi foto, membuat laporan keuangan serta segala hal yang mempermudah pengerjaan sesuatu. Adapun pengertian aplikasi menurut para ahli adalah sebagai berikut :

a. Ali Zaki dan *Smitdev Community*

Menurut Ali Zaki dan *Smitdev Community*, Aplikasi merupakan komponen yang bermanfaat sebagai media untuk menjalankan pengolahan data ataupun berbagai kegiatan lainnya seperti pembuatan ataupun pengolahan dokumen dan file.

b. Sri Widiанти

Menurut Sri Widiанти, Aplikasi merupakan sebuah *software* (perangkat lunak) yang bertugas sebagai *front end* pada sebuah sistem yang dipakai untuk mengelolah berbagai macam data sehingga menjadi sebuah informasi yang bermanfaat untuk penggunaanya dan juga sistem yang berkaitan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Harip Santoso

Menurut Harip Santoso, Aplikasi merupakan sebuah kelompok file (*class, form, report*) yang ditujukan sebagai pengeksekusi aktivitas tertentu yang saling berkaitan seperti contohnya aplikasi *payroll* dan aplikasi *fixed asset*.

d. Yuhefizar

Menurut Yuhefizar, Aplikasi adalah program yang sengaja dibuat dan dikembangkan sebagai pemenuh kebutuhan penggunanya dalam menjalankan suatu pekerjaan tertentu.

e. Hengky W. Pramana

Menurut Hengky W. Pramana, pengertian aplikasi adalah satu unit perangkat lunak yang sengaja dibuat untuk memenuhi kebutuhan akan berbagai aktivitas ataupun pekerjaan, seperti aktivitas perniagaan, periklanan, pelayanan masyarakat, game, dan berbagai aktivitas lainnya yang dilakukan oleh manusia.³⁵

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Aplikasi Belanja *Online*

Persaingan bisnis yang terjadi saat ini sangat ketat, adanya pengaruh teknologi membuat para pebisnis mengalami persaingan. Pemasaran dalam dunia bisnis sangat penting, karena pemasaran adalah kunci utama sebuah bisnis atau usaha dapat berjalan dengan baik dan dapat memasarkan produknya dengan baik pula. Pemasaran merupakan

³⁵Junaidi, dkk., *Bisnis Spektakuler*, (Jogjakarta: CV. Andi Offset, 2012), h. 14.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses menawarkan suatu barang atau jasa yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen. Saat ini pemasaran yang sangat dibutuhkan adalah pemasaran dalam bisnis *online*. Salah satunya adalah dengan melalui media internet. Dalam hal ini, ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih sebuah aplikasi dalam mencari produk yang diinginkan, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut.³⁶

a. *E-commerce (Electronic commerce)*

Keberhasilan bisnis internet yaitu mempunyai pangsa pasar yang luas. Hal inilah yang membuat banyak orang untuk memanfaatkan internet sebagai media pemasaran dalam bisnis *online*. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal persaingan bisnis *online* adalah dengan menggunakan *electronic commerce (ecommerce)*.

E-commerce adalah transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet tanpa harus tatap muka antara penjual dan pembeli. Penerapan *E-commerce* merupakan salah satu cara untuk memasarkan produk dengan lebih mudah tanpa harus mengeluarkan biaya yang banyak.

E-Commerce memiliki beberapa komponen standar yang dimiliki dan tidak dimiliki transaksi bisnis yang dilakukan secara *offline*, yaitu :

³⁶Meier, A dan Stormer, *e-Business and e-Commerce*, Terj. Sartono, (Jakarta: Galaksi Media, 2009), h. 45.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Produk
- b) Tempat menjual produk (*a place to sell*)
- c) Cara menerima pesanan
- d) Cara Pembayaran
- e) Metode Pengiriman
- f) Customer Service³⁷

Semakin sederhana penggunaan suatu aplikasi, maka akan semakin menarik konsumen untuk mengaksesnya. Dalam hal ini aplikasi *Balilanj.com* setidaknya sudah memberikan hal sederhana dalam mengakses aplikasi tersebut, sehingga dapat digunakan oleh berbagai kalangan.

b. E-marketing

Pemasaran melalui media *online* atau (E-marketing) merupakan suatu proses pemasaran yang menggunakan internet, dimana dengan E-marketing konsumen dapat memperoleh informasi mengenai produk, melakukan transaksi jual-beli dengan penjual dan mempromosikan produk yang telah dikonsumsi oleh konsumen bahkan turut mempromosi penjual atau perusahaan yang produknya sudah dibeli oleh konsumen. Phillip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan

³⁷Hidayat.Taufik, *Panduan Membuat Toko Online dengan OS Commerce*, (Jakarta: Media Prima, 2017), h. 25.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.³⁸

Dalam melakukan kegiatan promosi oleh penjual (*seller*) maka dibutuhkan media atau alat- alat yang dapat menunjang kegiatan tersebut. Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, perusahaan menggunakan alat- alat promosi yang terdiri dari lima macam sebagai berikut.

a) Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan segala bentuk penyajian dan promosi atas ide- ide, barang ataupun jasa yang mendapat imbalan dan tidak bersifat pribadi, oleh sponsor yang telah diidentifikasi.

b) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan terdiri dari kumpulan kiat- kiat insentive yang beragam, yang kebanyakan berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk atau jasa tertentu secara lebih cepat atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang.

c) Hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*)

Hubungan masyarakat dan publisitas adalah suatu program yang dirancang secara beragam untuk mempromosikan dan menjaga kesan perusahaan ataupun produk sendiri.

³⁸Abas Sunarya,dkk., *Kewirausahaan*, (Jogjakarta: Andi, 2011), h. 225.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d) Penjualan personal (*personal selling*)

Penjualan personal adalah interaksi tatap muka dengan jalan membuat presentasi, menjawab pertanyaan dan mendapatkan order.

e) Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Pemasaran langsung adalah suatu bentuk dari alat- alat promosi yang menggunakan pesawat telepon, fax, *e-mail* atau internet untuk berkomunikasi secara langsung atau mendapat tanggapan langsung dari konsumen.³⁹

Faktor-faktor itulah yang mendorong konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada sebuah aplikasi. Semakin gampang cara mengaksesnya, maka akan semakin banyak yang mengaksesnya. Kemudian, semakin menarik bentuk promosi yang dilakukan, maka akan semakin menarik juga konsumen untuk melakukan pembelian.

Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Untuk mencapai tujuan dari perusahaan, sebuah perusahaan harus melewati bermacam-macam pengaruh yang mempengaruhi pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

³⁹Philip Kotler, *Marketing Management*, (Jakarta: Prnhallindo, 2004), h. 30.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keputusan pembelian (purchase decision) konsumen adalah keputusan pembeli tentang merek yang paling disukai. Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen akan dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan. Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi kemudian menetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungan organisasi.⁴⁰ Dalam keputusan membeli terdapat lima peran :

- a. Pemrakarsa (*initiator*), yaitu orang yang pertama kali menyarankan membeli suatu produk atau jasa tertentu.
- b. Pemberi pengaruh (*influencer*), adalah orang yang pandangan/nasihatnya memberi bobot dalam pengambilan keputusan akhir.
- c. Pengambilan keputusan (*decider*), yaitu orang yang sangat menentukan sebagian atau keseluruhan keputusan pembelian, apakah membeli, apa yang dibeli, kapan hendak membeli, dan dimana akan membeli.
- d. Pembeli (*buyer*), yaitu orang yang melakukan pembelian nyata.
- e. Pemakaian (*user*), yaitu orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa.⁴¹

Para pemasar dalam hal ini adalah penjual atau seller dalam *E-marketing* harus bertindak lebih jauh daripada sekedar mengetahui

⁴⁰Susi Batik, "Pengaruh Harga Dan Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Grab Pada Mahasiswa Febi Uin Walisongo Semarang", Jurnal Ekonomi Islam, h.9.

⁴¹Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 94.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbagai pengaruh yang akan mempengaruhi pembeli atau *buyer*. Pemasar atau penjual juga harus mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana tingkah laku konsumen didalam melakukan keputusan pembelian. Dalam proses pembelian konsumen akan melalui 5 (lima) tahap, yaitu:

- a. Pengenalan kebutuhan. Pengambilan keputusan dimulai dengan pengenalan kebutuhan yang didefinisikan sebagai perbedaan atau ketidaksesuaian antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya, yang akan membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan. Proses membeli diawali dengan adanya kebutuhan.
- b. Pencarian informasi. Konsumen selanjutnya melakukan pencarian informasi internal ke memori untuk menentukan solusi yang memungkinkan. Jika pemecahannya tidak diperoleh melalui pencarian internal, maka proses pencarian difokuskan pada stimuli ekstennal yang relevan dalam menyelesaikan masalah.
- c. Evaluasi alternatif. Konsumen mengevaluasi pilihan serta menyempitkan pilihan pada alternatif yang diinginkan menjadi lebih spesifik.
- d. Pembelian. Konsumen melakukan pembelian yang nyata berdasarkan alternatif yang telah dipilih. Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, keputusan membeli atau tidak, waktu pembelian, dimana dan bagaimana cara pembayarannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Konsumsi. Biasanya ketika konsumen mulai mengambil tindakan pembelian biasanya diikuti oleh tindakan mengkonsumsi atau menggunakan produk atau dengan maksud menghabiskan nilai atau manfaat suatu produk maupun jasa.
- f. Evaluasi setelah pembelian. Proses terakhir dalam proses pembelian konsumen bukan melakukan keputusan pembelian atau mengambil tindakan pembelian dan mengkonsumsi produk atau jasa melainkan berlanjut ke evaluasi produk yang dikonsumsi, yang mengarah pada respon puas atau tidak puas. Setelah melakukan pembelian, konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan.⁴²

2. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (afeksi), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan serta dimana (kejadian disekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan konsumen tersebut.

Perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku dan lingkungannya di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Perilaku konsumen juga

⁴²Endang Mardiani, "Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing)", Jurnal Ekonomi Vol.4 No.2, 2013, h.155.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul dari tindakan ini.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

a. Faktor-faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting. Kelompok pertama yang penting atas faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen adalah faktor budaya. Budaya merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya.

b. Faktor-faktor Sosial

Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, dan tempat tinggal. Irawan dan Basu (1986) membagi masyarakat kedalam tiga golongan kelas sosial, yaitu:

- 1) Golongan atas (pengusaha-pengusaha kaya, pejabat tinggi),
- 2) Golongan menengah (kelas pekerja/karyawan),
- 3) Golongan bawah (pekerja buruh, pegawai rendah). Pembagian kelas ini tentunya akan mempengaruhi perilaku yang berbeda dalam tingkah laku pembelian. Secara khusus, konsumen berinteraksi sosial dengan kelompok yang memberikan pengaruh, pemimpin, opini, dan anggota keluarga untuk memperoleh informasi atas produk dan persetujuan keputusan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi atau individu. Karakteristik tersebut meliputi:

1) Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

2) Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

3) Keadaan Ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya) tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

4) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan "seseorang secara keseluruhan" yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

5) Kepribadian dan Konsep Diri

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk atau merek.

d. Faktor-faktor Psikologis

Menurut teori, pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian. Motivasi, konsumen memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu, beberapa kebutuhan bersifat biogenis. Persepsi seorang konsumen yang termotivasi akan siap untuk bertindak, bagaimana seorang konsumen yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Sementara proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses belajar. Pembelajaran dapat dipandang sebagai proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap atau perilaku.⁴³

⁴³Okta Nofri, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar", *Jurnal Manajemen*, Vol. 5 No.1, 2018, h.115.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Balilango.com

1. Pengertian *Balilango.com*

Kata *Balilango* berasal dari bahasa khas daerah Sungai Penuh yang mana Bali berarti beli dan Lanjo berarti belanja.

Balilango.com didirikan pada tanggal 10 Januari 2018 yang digagas untuk membantu dan mempermudah para pemilik toko dan konsumen untuk terkoneksi dengan barang-barang dan menu kuliner yang ada di Kota Sungai Penuh sehingga dapat mempermudah konsumen berbelanja tanpa harus keluar rumah. Aplikasi ini merupakan ide atau gagasan dari tiga orang putra-putri daerah yang sekaligus menjadi CEO *Balilango.com*, yakni Derry Marwan, Zefrianto Siregar, dan Rica Pritama Putri. Kota Sungai Penuh merupakan kota kecil namun mampu menciptakan aplikasi sendiri hasil dari kepekaan terhadap masyarakat sekitar.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Untuk Memberikan Keputusan Pembelian Pada Aplikasi *Balilango.com* di Kota Sungai Penuh

Pada aplikasi *Balilango.com* terdapat beberapa fitur yang menjadikannya berbeda dengan aplikasi serupa seperti Melai dan Niotu. Fitur-fitur pada aplikasi *Balilango.com* di antaranya ialah pemesanan kuliner, *fashion* pria, *fashion* wanita, dan produk lainnya. Penyediaan fitur untuk pemesanan *fashion* pria dan wanita tidak terdapat pada aplikasi sejenis, dan juga jumlah anggota yang bergabung dalam aplikasi ini juga lebih banyak dibandingkan aplikasi lainnya. Oleh karena itulah aplikasi ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi salah satu pilihan yang banyak diminati masyarakat dalam pembelian secara *online*. Sejauh ini sudah terdapat lebih kurang 50 warung, *cafe* atau sejenisnya yang menyediakan menu kuliner pada aplikasi ini.

Adapun hal di atas sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu CEO *Balilango.com*, yakni Derry Marwan. Ia mengatakan bahwasannya kebanyakan alasan konsumen memilih berbelanja pada aplikasi ini dikarenakan fiturnya yang lebih banyak, caranya yang lebih mudah dan drivernya juga lebih banyak sehingga ketika konsumen ingin berbelanja akan lebih cepat menemukan driver.

Dan juga untuk aktivitasnya yakni berupa menerima jasa pesan antar baik kuliner ataupun *fashion* yang ada di Kota Sungai Penuh. Konsumen tidak hanya bisa memesan yang ada di fitur, tetapi juga bisa *request* selain yang ada di fitur, hal ini biasanya dilakukan via *WhatsApp*, bahkan pada aplikasi ini konsumen juga bisa menggunakan jasa pembelian sayur-sayuran ataupun buah-buahan sebagai hasil pertanian di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci.

Ketika konsumen sudah menetapkan apa yang akan dibeli, maka proses selanjutnya adalah konsumen harus mencantumkan alamat lengkapnya. Untuk pembelian kuliner ataupun bahan makanan dapat dilakukan pembayaran setelah barang sampai. Sedangkan untuk pembelian pada fitur *fashion*, konsumen diharuskan membayar via transfer atau sesuai kesepakatan dengan driver. Selanjutnya driver terdekat akan otomatis terhubung dan siap memenuhi permintaan konsumen. Beberapa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hal di atas adalah faktor yang mempengaruhi konsumen untuk memberikan keputusan pembelian pada aplikasi *Balilanj.com*.⁴⁴

Menurut wawancara dengan salah satu konsumen, bahwasannya aplikasi *Balilanj.com* dapat diakses dengan mudah, barang-barang yang diantar sesuai dengan pesanan, dan tentunya mempermudah ketika mencari suatu produk yang dibutuhkan. *Driver* datang dengan cepat sehingga waktu menjadi lebih efektif.⁴⁵

Selain dari faktor di atas, ada faktor-faktor yang juga harus diperhatikan oleh perusahaan *Balilanj.com*, yaitu meliputi :

a. Perhatian untuk konsumen

1) Hak atas keamanan

Banyak produk mengandung risiko tertentu untuk konsumen, khususnya risiko untuk kesehatan dan keselamatan. Konsumen berhak atas produk yang aman, artinya produk yang tidak mempunyai kesalahan teknis yang dapat merugikan kesehatannya atau bahkan membahayakan hidupnya. Masyarakat Kota Sungai Penuh merupakan masyarakat yang seluruhnya hampir peka terhadap keamanan kesehatan dalam makanan, sehingga ketika ada makanan yang aman dan bisa didapatkan dengan mudah, maka mereka akan semakin cepat memberi keputusan untuk membeli. Serta menjadi tanggung jawab

⁴⁴ Wawancara, Derry Marwan, CEO *Balilanj.com*, di Kota Sungai Penuh pada tanggal 5 Januari 2020.

⁴⁵ Wawancara, Veronica Djamalinal, Konsumen *Balilanj.com*, di Kota Sungai Penuh pada tanggal 20 Januari 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aplikasi *Balilango.com* untuk menyediakan produk yang aman bagi konsumen.

2) Hak atas informasi

Konsumen berhak mengetahui segala informasi yang relevan mengenai produk yang dibelinya. Hak ini meliputi segala aspek pemasaran dan periklanan. Ketika konsumen mendapatkan informasi yang *up to date*, maka akan memperkuat pertimbangan mereka untuk membeli produk tersebut.

3) Hak untuk memilih

Dalam sistem ekonomi pasar bebas, dimana kompetisi merupakan hal yang hakiki, konsumen berhak untuk memilih antara berbagai produk yang ditawarkan. Konsumen berhak membandingkannya, sebelum mengambil keputusan untuk membelinya.

4) Hak untuk didengarkan

Karena konsumen adalah orang yang menggunakan produk atau jasa, ia berhak bahwa keinginannya tentang produk atau jasa itu didengarkan dan dipertimbangkan, terutama keluhannya. Ini juga sebagai acuan bagi aplikasi *Balilango* untuk mengetahui dan memperbaiki apapun yang menjadi keluhan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Tanggungjawab bisnis untuk menyediakan produk yang aman

Di sini produsen harus menjamin bahwa produknya pada saat pembelian dalam keadaan prima, sehingga bisa dipakai dengan aman. Jadi, terhadap suatu produk yang baru dibeli dan dipakai, produsen dan konsumen sebenarnya masing-masing mempunyai tanggungjawab.

- c. Kualitas Produk

Dengan kualitas produk di sini dimaksudkan bahwa produk sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh produsen (melalui iklan atau informasi lainnya). Konsumen berhak atas produk yang berkualitas, karena mereka membayar untuk itu. Kualitas produk termasuk hal yang sangat penting. Karena masyarakat Kota Sungai Penuh adalah masyarakat yang sangat peka terhadap kualitas suatu produk.

- d. Harga

Harga merupakan buah hasil perhitungan faktor-faktor seperti biaya produksi, investasi, promosi, serta laba yang wajar. Harga menjadi fokus pertama konsumen dalam memberi keputusan untuk membeli. Harga berhubungan erat dengan kualitas. Masyarakat Kota Sungai Penuh cenderung memilih produk yang murah namun berkualitas.⁴⁶

⁴⁶K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Jogjakarta: Kanisius, 2000), h.228.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Faktor yang Mendukung dan Menghambat Perkembangan Bisnis *Online* Di Kota Sungai Penuh

a. Faktor pendukung dalam Melakukan Transaksi *Online* (*E - marketing*) adalah sebagai berikut :

- 1) Faktor sosial, budaya, dan psikologi masyarakat Kota Sungai Penuh yang sangat antusias dengan berbagai perkembangan teknologi. Dan masyarakat di sini juga memiliki watak dimana ketika adanya sesuatu yang baru maka akan berbondong-bondong untuk mencobanya.
- 2) Masyarakat Kota Sungai Penuh kebanyakan menyukai hal-hal yang instan dan cepat, sehingga dengan adanya belanja dengan sistem *online* membuat masyarakat sangat antusias.
- 3) Kota Sungai Penuh termasuk pengguna gadget terbanyak jika ditinjau dari segi social.

Dalam melakukan transaksi *online* maka terdapat beberapa manfaat yang didapat oleh pembeli atau konsumen. Tiga manfaat utama bagi para pembeli potensial dalam layanan pemasaran *online* (*e-marketing*) antara lain:

- a) Kemudahan para pelanggan dapat memesan produk 24 jam sehari dimanapun mereka berada. Mereka tidak harus pergi berkendara, mencari tempat parkir, dan berjalan melewati gang yang panjang untuk mencari dan memeriksa barang-barang terlebih dalam penggunaan internet pun tergolong sangat mudah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Informasi para pelanggan dapat memperoleh setumpuk informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan kantor atau rumah mereka.
- c) Perbincangan yang lebih sedikit para pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dan faktor-faktor emosional, mereka juga tidak perlu menunggu dalam antrian untuk membayar belanjanya.

Dari manfaat yang dikemukakan di atas juga menjadi faktor pendukung berkembangnya pembelian secara *online*.

b. Hambatan dalam Melakukan Transaksi *Online (E - marketing)*

Pemasar langsung dan pelanggan biasanya menikmati hubungan yang saling menguntungkan. Namun, terkadang hambatan pun muncul. Adapun hambatan tersebut adalah:

- 1) Gangguan, banyak konsumen merasa terganggu dengan peningkatan jumlah penjualan yang agresif. Mereka tidak menyukai iklan yang terlalu keras dan memaksa dan yang paling mengganggu adalah telepon disaat makan malam atau tengah malam, penelpon yang kurang terlatih dan telepon yang terkomputerisasi yang dilakukan oleh pemutar pesan rekaman otomatis.
- 2) Ketidakadilan, beberapa pemasar mengambil keuntungan dari pembeli yang impulsif atau yang kurang canggih, pengakuan harga yang besar-besaran, batasan waktu, dan kemudahan pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang tidak ada tandingnya untuk merangkul pembeli yang memiliki tingkat penjualan yang rendah.

- 3) Penipuan dan Kecurangan, pemasar melebih-lebihkan ukuran produk, pengakuan kinerja atau harga eceran. Atau yang sedang marak adalah kecurangan dalam transaksi seperti ketika barang sudah dibayar pembeli namun barang tersebut tidak dikirim pemasar.
- 4) Pelanggaran privasi, pelanggaran privasi merupakan masalah kebijakan publik sulit dihadapi industri pemasar langsung. Banyak kritik kuatir bahwa pemasar tahu terlalu banyak tentang kehidupan pelanggan dan bahwa mereka menggunakan pengetahuan ini untuk mengambil keuntungan secara tidak adil atas pelanggan.⁴⁷
- 5) Jaringan, kota Sungai Penuh masih terkendala akan jaringan internet yang sering bermasalah, dan juga ada beberapa kartu perdana yang tidak dapat digunakan karena jaringan yang masih belum baik.

Sistem Jual Beli Dalam Islam

1. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai sarana tolong-menolong antar sesama umat manusia merupakan akad yang dibolehkan berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah dan Ijma' para ulama. Dilihat dari aspek hukum, jual beli hukumnya

⁴⁷Loc.cit., Endang Mardiani, h.154.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mubah kecuali jual beli yang dilarang oleh syara.⁴⁸ Dasar disyariatkan jual beli adalah Al-Qur'an, As-Sunnah, dan Ijma', yaitu:

a. Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah firman Allah yang diturunkan oleh-Nya dengan perantara Jibril ke dalam hati Rasulullah Muhammad bin Abdullah dengan lafal Arab dan makna yang pasti sebagai bukti bagi Rasul atas pengakuannya sebagai Rasul, yang sampai kepada kita secara mutawattir yang diawali dengan surah Al Fatihah dan diakhiri dengan surat An Naas, sebagai undang-undang sekaligus petunjuk bagi manusia dan menjadi ibadah bagi yang membacanya.⁴⁹ Al-Qur'an merupakan sumber hukum utama dari segala sumber hukum, salah satunya terhadap jual beli.

Dasar hukum jual beli dalam Al-Qur'an terdapat dalam Surat Al-Baqarah (2): 275, yakni:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

⁴⁸ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 177.

⁴⁹ Abdul Wahhab Khallaf, *Ilmu Ushul Fikih: Kaidah Hukum Islam*, (Jakarta: Pustaka Anani, 2003), h. 17.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: *“Orang-orang yang makan (mengambil) riba, tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.* (QS. Al-Baqarah (2): 275)

Menurut Ibnu Katsir melalui ayat ini, Allah menceritakan bahwa seorang pemakan riba akan dibangkitkan pada hari kiamat layaknya orang gila yang mengamuk seperti kesurupan setan. Ibnu Jarir meriwayatkan dari Ibnu Abbas juga berkata pada hari kiamat akan dikatakan kepada pemakan riba, *“Ambillah senjatamu untuk berperang! (Allah dan Rasul-Nya menantang mereka untuk berperang dengan-Nya dikarenakan mereka tidak berkenan untuk meninggalkan sisa riba dan mereka tidak memiliki senjata apapun selain berharap perlindungan dari azab Allah) Ibnu Abbas membaca ayat ke 275 dari surat Al Baqarah tersebut, lalu dikatakan juga hal itu terjadi pada saat mereka dibangkitkan dari kubur”.*

Allah menegaskan bahwa telah dihalalkan jual-beli dan diharamkan riba. Orang-orang yang membolehkan riba dapat ditafsirkan sebagai pembantahan hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. Riba yang dahulu telah dimakan sebelum turunya firman Allah ini, apabila

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelakunya bertobat, tidak ada kewajiban untuk mengembalikannya dan dimaafkan oleh Allah. Sedangkan bagi siapa saja yang kembali lagi kepada riba setelah menerima larangan dari Allah, maka mereka adalah penghuni neraka dan mereka kekal di dalamnya.⁵⁰

b. As-Sunnah

As-Sunnah menurut istilah syara' ialah ucapan, perbuatan atau pengakuan Rasulullah Saw. Umat Islam sepakat bahwa segala sesuatu yang keluar dari Rasul Saw baik berupa ucapan, perbuatan atau penetapan yang mengarah pada hukum atau tuntutan dan sampai kepada kita dengan sanad yang shahih adalah hujjah bagi umat Islam.⁵¹ Hadits yang digunakan sebagai dasar hukum diperbolehkannya jual beli adalah:

سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya: “Nabi saw pernah ditanya; Usaha (pekerjaan/profesi) apakah yang paling baik (paling ideal) ?, Rasulullah saw bersabda; pekerjaan (usaha) seseorang dengan tangannya dan setiap jual beli yang baik”. (HR. Bazzar dan al-Hakim.

Hadits di atas menjelaskan salah satu ajaran di dalam Islam yaitu motivasi dan anjuran untuk berusaha, bekerja dan mencari rizki yang baik. Dan juga bahwasanya Islam itu adalah aturan agama dan Negara, sebagaimana Islam memerintahkan ummatnya untuk menunaikan hak Allah *Subhanahu wa Ta'ala* (ibadah), maka Islam

⁵⁰ <https://banksyariahindo.wordpress.com/2011/10/23/tafsir-al-baqarah-ayat-275/>

⁵¹ Abdul Wahhab Khallaf, *Op. Cit.*, h. 39-40.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

juga memerintahkan untuk mencari rizki dan untuk berusaha memakmurkan dan mengembangkan bumi.

Jual beli yang baik adalah jual beli yang terjadi sesuai dengan konsekuensi syari'at yaitu terpenuhinya syarat, rukun, penyempurna dan tidak adanya penghalang (yang menghalangi sahnya transaksi) dan perusak transaksi. Maka harus terkumpul di dalamnya persyaratan yang telah lalu dan tidak adanya penghalang berupa *gharar* (ketidakjelasan), unsur judi, riba, penipuan dan menyembunyikan cacat barang.⁵²

c. *Ijma'*

Ijma' menurut ulama ilmu ushul fikih adalah kesepakatan seluruh mujtahid muslim pada masa setelah wafatnya Rasulullah Saw atas hukum syara mengenai suatu kejadian.⁵³ Dari isi kandungan Al-Qur'an, As-Sunnah dan *Ijma'* diatas, para fuqaha mengatakan bahwa hukum asal jual beli adalah mubah (boleh). Namun pada situasi tertentu, hukum jual beli bisa berubah. Jual beli bisa menjadi wajib ketika dalam keadaan mendesak, bisa menjadi mandub pada waktu harga mahal, bisa menjadi makruh seperti menjual mushaf.

Imam Al-Ghazali sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Aziz Muhammad Azzam, berpendapat bahwa jual beli bisa juga menjadi haram jika menjual anggur kepada orang yang biasa membuat arak, atau kurma basah kepada orang yang biasa membuat minuman arak

⁵² <http://www.alsofwah.or.id/cetakhadits.php?id=210>, diakses pada tanggal 21 Mei 2010.

⁵³ Abdul Wahhab Khallaf, *op.cit.*, h. 39-40.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

walaupun pembeli adalah orang kafir. Termasuk jual beli menjadi wajib jika lebih dari keperluannya dalam setahun dan orang lain membutuhkannya, penguasa berhak memaksanya untuk menjual dan tidak makruh menyimpan, memakan jika diperlukan, dan termasuk yang diharamkan adalah menentukan harga oleh para penguasa walaupun bukan dalam kebutuhan pokok.⁵⁴

Dari ayat Al-Qur'an dan hadis yang dikemukakan diatas dapat dipahami bahwa jual beli merupakan pekerjaan yang halal dan mulia. Para ulama dan seluruh umat Islam sepakat tentang dibolehkannya jual beli, karena dengan jalan jual beli maka umat manusia saling tolong-menolong untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan demikian, roda kehidupan ekonomi akan berjalan dengan positif karena akan menguntungkan kedua belah pihak.⁵⁵

Dalam Islam, dihalalkannya suatu perkara pasti dengan sebab mendatangkan banyak manfaat. Begitupun sebaliknya, jika suatu perkara dilarang pasti akan mendatangkan banyak kemudharatan. Dengan disyariatkannya, jual beli merupakan salah satu cara untuk merealisasikan keinginan dan kebutuhan manusia, karena pada dasarnya manusia tidak bisa hidup tanpa berhubungan dan bantuan orang lain.⁵⁶ Adapun manfaat jual beli, antara lain:

⁵⁴ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 89.

⁵⁵ Ahmad Wardi Muslich, *op.cit.*, h. 179.

⁵⁶ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 89.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Jual beli dapat menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain.
- 2) Penjual dan pembeli dapat memenuhi kebutuhannya atas dasar kerelaan atau suka sama suka.
- 3) Masing-masing pihak merasa puas. Penjual melepas barang dagangannya dengan ikhlas dan menerima uang, sedangkan pembeli memberikan uang dan menerima barang dagangan dengan puas pula.
- 4) Dapat menjauhkan diri dari memakan atau memiliki barang yang haram (batil). Allah swt berfirman dalam Surat An-Nisaa (4): 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.* (QS. An-Nisaa (4): 29)

- 5) Penjual dan pembeli mendapat rahmat dari Allah SWT.
 - 6) Menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan.⁵⁷
- Allah swt. mensyariatkan jual beli sebagai peluang dan keleluasaan kepada hamba-hamba-Nya, karena semua manusia secara pribadi mempunyai kebutuhan berupa sandang, pangan, dan papan.

⁵⁷ Abdul Rahman Ghazaly, et al., *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 87.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kebutuhan seperti ini tidak pernah putus selama manusia masih hidup. Manusia tidak dapat memenuhi hajat hidupnya sendiri, karena itu manusia dituntut untuk berhubungan satu sama lainnya.

Dalam hubungan ini hal yang paling sempurna adalah saling tukar-menukar, dimana seseorang memberikan apa yang dimiliki dan memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.⁵⁸

Rukun yang pokok dalam akad jual beli adalah ijab dan qabul yaitu ucapan penyerahan hak milik disatu pihak dan ucapan penerimaan dipihak lain. Adanya ijab dan qabul dalam transaksi merupakan indikasi adanya rasa suka sama suka dari pihak-pihak yang mengadakan transaksi. Namun suka sama suka atau sikap saling rela merupakan perasaan yang berada pada bagian dalam dari manusia, yang tidak mungkin diketahui orang lain. Oleh karenanya diperlukan suatu indikasi yang jelas yang menunjukkan adanya perasaan suka sama suka. Para ulama menetapkan ijab dan qabul itu sebagai suatu indikasi.⁵⁹

Jual beli dapat menghindarkan manusia dari kesulitan dalam bermuamalah dengan hartanya, sehingga berlaku usaha tukar-menukar yang dalam istilah bahasa Arab disebut dengan jual beli. Untuk itu digunakan alat tukar yang resmi. Seandainya jual beli tidak

⁵⁸ *Ibid.*, h.88.

⁵⁹ Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), h. 195.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disyariatkan, maka manusia akan mengalami kesukaran dalam hidupnya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa hikmah disyariatkannya jual beli adalah:

- 1) Manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara saling tukar-menukar barang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, atas dasar saling suka atau saling rela.
- 2) Mempermudah segala urusan yang berkaitan dengan kehidupannya sehingga dapat mengurangi tingkat kesulitan persoalan hidup yang dapat menimbulkan pertengkaran dan permusuhan.

Hikmah jual beli dapat memberikan gambaran bahwa tujuan disyariatkannya jual beli adalah untuk mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhannya yaitu melalui kegiatan tukar menukar sehingga manusia dapat memenuhi semua kebutuhannya.

2. Rukun dan Syarat Jual Beli dalam Islam

a. Rukun Jual Beli

Karena perjanjian jual beli sebagai perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan hak atas suatu barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli, maka dengan sendirinya dalam perbuatan hukum ini haruslah dipenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat tertentu. Para ulama fiqih telah sepakat bahwa, jual beli merupakan suatu bentuk akad atas harta. Adapun rukun jual beli adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Orang yang berakad (penjual dan pembeli).
- 2) Nilai tukar barang (uang) dan barang yang dibeli.
- 3) Shigat (Ijab qabul).

Transaksi jual beli harus memenuhi rukun-rukun ini. Jika salah satu rukunnya tidak terpenuhi, maka tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan jual beli. Dari paparan di atas dapat diketahui bahwa rukun yang terdapat dalam transaksi jual beli ada tiga, yaitu penjual dan pembeli, barang yang dijual dan nilai tukar sebagai alat membeli, dan ijab qabul atau serah terima.⁶⁰

b. Syarat Jual Beli

Adapun syarat sahnya jual beli menurut jumhur ulama, sesuai dengan rukun jual beli yaitu terkait dengan subjeknya, objeknya dan ijab qabul. Selain memiliki rukun, *al-bai'* juga memiliki syarat. Adapun yang menjadi syarat-syarat jual beli adalah sebagai berikut :

Pertama tentang subjeknya, yaitu kedua belah pihak yang melakukan perjanjian jual beli (penjual dan pembeli) disyaratkan:

- 1) Berakal sehat.
- 2) Maksudnya, harus dalam keadaan tidak gila, dan sehat rohaninya.
- 3) Dengan kehendaknya sendiri (tanpa paksaan). Maksudnya, bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan tekanan atau paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan disebabkan

⁶⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), h. 70.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemauan sendiri, tapi ada unsur paksaan. Jual beli yang dilakukan bukan atas dasar kehendak sendiri tidak sah.

- 4) Kedua belah pihak tidak mubadzir. Keadaan tidak mubadzir, maksudnya pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli bukanlah manusia yang boros (mubadzir). Sebab orang yang boros di dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap bertindak. Maksudnya, dia tidak dapat melakukan sendiri sesuatu perbuatan hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingannya sendiri.
- 5) Baligh atau Dewasa. Baligh atau dewasa menurut hukum Islam adalah apabila laki-laki telah berumur 15 tahun, atau telah bermimpi (bagi laki-laki) dan haid (bagi perempuan). Namun demikian, bagi anak-anak yang sudah dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk, tetapi belum dewasa (belum mencapai umur 15 tahun dan belum bermimpi atau haid), menurut pendapat sebagian ulama diperbolehkan melakukan perbuatan jual beli, khususnya barang-barang kecil yang tidak bernilai tinggi.⁶¹

Kedua, tentang objeknya. Yang dimaksud objek jual beli adalah benda yang menjadi sebab terjadinya perjanjian jual beli. Benda tersebut harus memenuhi syarat-syarat:

- 1) Suci barangnya. Maksudnya, barang yang diperjualbelikan bukanlah benda yang dikualifikasi sebagai benda najis, atau

⁶¹ Suharwadi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 130.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digolongkan sebagai benda yang diharamkan. Jadi tidak semua barang dapat diperjual belikan.

- 2) Dapat di manfaatkan. Pengertian barang yang dapat dimanfaatkan tentunya sangat relatif, sebab pada hakikatnya seluruh barang yang dijadikan sebagai objek jual beli merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, seperti untuk dikonsumsi, (beras, buah-buahan, dll), dinikmati keindahannya (perabot rumah, bunga, dll.), dinikmati suaranya (radio, TV, burung, dll.) serta dipergunakan untuk keperluan yang bermanfaat seperti kendaraan, anjing pelacak, dll.
- 3) Milik orang yang melakukan akad. Maksudnya, bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli adalah pemilik sah barang tersebut atau telah mendapat izindari pemilik sah barang. Jual beli barang yang dilakukan oleh orang yang bukan pemilik atau yang berhak berdasarkan kuasa pemilik tidak sah.
- 4) Mampu menyerahkan. Maksudnya, penjual baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa dapat menyerahkan barang yang dijadikan sebagai objek jual beli dengan bentuk dan jumlah yang diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pembeli.
- 5) Mengetahui. Maksudnya, melihat sendiri keadaan barang baik mengenai hitungan, takaran, timbangan atau kualitasnya. Apabila dalam suatu jual beli keadaan barang dan jumlah harganya tidak diketahui, maka perjanjian jual beli itu tidak sah. Sebab bisa jadi perjanjian tersebut mengandung unsur penipuan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 6) Barang yang diakadkan di tangan. Menyangkut perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum di tangan (tidak berada dalam penguasaan penjual) dilarang sebab bisa jadi barang tersebut rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan.

Ketiga, lafadz atau ijab qabul. Ijab adalah pernyataan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan. Sedang qabul adalah pernyataan pihak kedua untuk menerimanya. Ijab qabul itu diadakan dengan maksud untuk menunjukkan adanya suka rela timbal balik terhadap perikatan yang dilakukan oleh dua pihak yang bersangkutan.⁶²

Sedangkan, suka sama suka itu tidak dapat diketahui dengan jelas kecuali dengan perkataan, karena perasaan suka itu bergantung hati masing-masing. Ini kebanyakan pendapat ulama. Tetapi beberapa ulama yang lain berpendapat, bahwa lafal itu tidak menjadi rukun, hanya menurut adat dan kebiasaan saja. Apabila menurut adat, bahwa hal yang seperti itu sudah dianggap sebagai jual beli, itu saja sudah cukup, karena tidak ada suatu dalil yang jelas untuk mewajibkan lafal.⁶³

Keterkaitan Antar Variabel

1. Pengaruh Aplikasi (Harga, Promosi, Kualitas, Teknologi) Terhadap Keputusan Pembelian

⁶² Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1996), h.

⁶³ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 101.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut William J. Stanton dalam Marius harga merupakan sejumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang diperlukan agar memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang ada didalamnya.⁶⁴

Menurut Kotler dan Armstrong mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk mendapatkan suatu produk atau suatu jasa. Secara historis, harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan seorang pembeli.

Peranan alokasi dari harga yaitu dimana fungsi harga yang dapat membantu para konsumen untuk memutuskan cara mendapatkan manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan kemampuan membelinya. Dengan demikian, adanya harga akan membantu para pelanggan untuk dapat memutuskan cara mengalokasikan pembeliannya pada berbagai jenis barang atau jasa. Pelanggan membandingkan harga dari berbagai alternatif yang telah tersedia, kemudian mereka dapat mengambil keputusan dalam mengalokasikan dana sesuai dengan apa yang diinginkan.⁶⁵

b. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Kinnear dan Kenneth dalam Ari mendefinisikan promosi sebagai sebuah mekanisme komunikasi pemasaran, pertukaran

⁶⁴ Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1999),

h. 174.

⁶⁵ Ari Setiyannigrum, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jogjakarta : Andi Offset, 2015), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi antara pembeli dan penjual. Promosi berperan menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) konsumen agar perusahaan mendapatkan *feedback* mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.⁶⁶

Menurut Rambat Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variable dalam *marketing mix* yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan suatu produk jasa. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, melainkan juga sebagai alat yang digunakan untuk dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.⁶⁷

Dengan demikian fungsi promosi adalah untuk memprospek seseorang agar dapat menjadi konsumen untuk produk yang diciptakan sehingga dapat mendorong dikenalnya produk melalui saluran distribusi yang dipilih dengan cara menciptakan produk dengan merek yang mudah dikenal oleh penyalur maupun konsumen di berbagai tempat sepanjang saluran distribusi dan rangkaian pembelian.

c. Pengaruh Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian

Dalam memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan benar-benar memperhatikan hal yang menjadi faktor penting yang benar-benar diperhatikan oleh perusahaan yaitu konsep kualitas pelayanan

⁶⁶ *Ibid.*, h.223.

⁶⁷ Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 120.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang mewujudkan suatu kepuasan konsumen di dalam perusahaan karena berbagai indikator yang ada di dalam kualitas pelayanan tersebut bisa jadi merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi bentuk kepuasan konsumen yang ingin diwujudkan.

Kualitas pelayanan dipandang salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lainnya. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menetapkan pilihan. Hal ini membuat semakin sulit untuk mempertahankan konsumen lama, karena kualitas layanan harus ditingkatkan semaksimal mungkin.⁶⁸

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk juga menentukan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Setiap produk yang dihasilkan diharapkan menghasilkan kualitas yang baik atau yang disebut dengan kualitas produk. Produk yang diterima oleh para konsumen adalah produk yang kualitasnya dapat memuaskan konsumen, kualitas produk sangat berpengaruh untuk meyakinkan para konsumen melakukan keputusan pembelian. Bila kualitas suatu produk bagus dan dapat memuaskan konsumen, maka dapat ditafsirkan akan menaikkan kepuasan konsumen atas produk tersebut. Dalam konsep

⁶⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jogjakarta: Andi Offset, 2007), h.72.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk menegaskan bahwa akan menyukai produk-produk yang menawarkan ciri-ciri paling berkualitas, bersinergi atau inovatif.

Menurut Husein Umar, kualitas produk merupakan hal yang penting bagi konsumen baik berupa barang maupun jasa. Sedangkan menurut Fandy Tjipton, kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.⁶⁹

Dengan melihat definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

d. Pengaruh Teknologi Terhadap Keputusan Pembelian

Oliver dan Shapiro (1993) menyatakan bahwa semakin banyak pengetahuan teknologi yang dimiliki seseorang (pembeli), semakin besar kepercayaan pengguna dan kemungkinan dalam memperoleh hasil yang diinginkan dalam penggunaan teknologi digital. Dalam konteks ini penguasaan teknologi internet berhubungan secara positif terhadap hasil dari penggunaan internet, seperti belanja secara *online* (*Online Shopping*).

Pengetahuan teknologi internet mempengaruhi kepercayaan dan harapan akan hasil yang didapat atas penggunaan komputer untuk

⁶⁹Kotler Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.63.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bekerja dan menggunakan komputer secara pribadi. Dengan memiliki pengetahuan tentang teknologi internet, kepercayaan pelanggan akan meningkat dan dapat dapat dengan leluasa dalam menggunakan aplikasi internet.

Chen dan Barnes (2007) menemukan bahwa persepsi kemudahan dalam penggunaan internet secara signifikan mempengaruhi niat konsumen untuk melakukan *online shopping*. Dari perspektif lain, Allagui dan Lemoine (2008) juga menyebutkan bahwa estetika *web* mempengaruhi sikap pemirsa *online* ke sebuah situs *web*, yang selanjutnya mempengaruhi niat beli mereka. Sebuah *website* yang dirancang dengan baik akan meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap *website*, penurunan resiko yang dirasakan keamanan informasi, dan pemirsa dengan persepsi positif lebih mungkin untuk menjadi pelanggan.⁷⁰

⁷⁰Dewi Andriyani, "Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi Internet, Kualitas Layanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial", (Bengkulu: Perpustakaan Universitas Bengkulu, 2014), Sripsi Fakultas Ekonomi, h.17.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang membahas permasalahan pengaruh harga dan promosi terhadap penjualan maka penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan yang secara ringkas disajikan sebagai berikut.

1. Dari hasil uji t terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara aplikasi (promosi, harga, kualitas, teknologi) terhadap keputusan pembelian secara *online* pada aplikasi *Balilango.com*. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil uji F diketahui aplikasi (promosi, harga, kualitas, teknologi) berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada aplikasi *Balilango.com*. Dengan korelasi aplikasi (promosi, harga, kualitas, teknologi) terhadap keputusan pembelian secara *online* pada aplikasi *Balilango.com* memiliki hubungan yang positif dan kuat.
2. Penjualan *Balilango.com* telah sesuai dengan prinsip jual beli dalam perspektif ekonomi Islam. Hal ini ditunjukkan dengan praktek jual beli yang dilakukan tidak ada yang bertentangan dengan etika perdagangan secara Islami, seperti halnya pengambilan keuntungan yang tidak berlebihan, produk yang diperjualbelikan bukanlah barang yang dilarang dalam syariat Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan maka penulis membenkan beberapa saran terrkait hasil penelitian sebagai berikut:

1. Perlu adanya peningkatan kualitas promosi yang lebih banyak untuk menarik konsumen berbelanja di aplikasi *Balilanjoo.com*. Hal ini dikarenakan dan hasil penyebaran kuisisioner diketahui bahwa promosi yang dilakukan odak maksimal. Penggunaan media sosial maupun internet akan sangat efektif untuk melakukan promosi. Karena promosi yang baik dan efektif akan mampu mengatasi masalah distribusi jika kurang maksimal.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menambah jumlah variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap penjualan dan memperluas objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga penelitian selanjutnya dapat melengkapi penelitian sebelumnya. Terhadap yang mempengaruhi penjualan dan memberikan hasil yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas Sunarya,dkk. 2011. *Kewirausahaan*, Jogjakarta: Andi
- Abdul Aziz Muhammad Azzam. 2010. *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, Jakarta: Amzah
- Abdul Rahman Ghazaly, et al. 2010. *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Abdul Wahhab Khallaf. 2003. *Ilmu Ushul Fikih: Kaidah Hukum Islam*, Jakarta: Pustaka Amani
- Ahmad Wardi Muslich. 2010. *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah
- Amir Syarifuddin. 2003. *Garis-garis Besar Fiqh*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003
- Ari Setiyannigrum. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jogjakarta : Andi Offset
- Bilson Simamora. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Burhan Bung. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana
- Chairuman Pasaribu. 1996. *Hukum Perjanjian dalam Islam*, Jakarta: Sinar Grafika
- Dewi Andriyani, 2014. “Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi Internet, Kualitas Layanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial”, Bengkulu: Perpustakaan Universitas Bengkulu. Sripsi Fakultas Ekonomi
- Dimyauddin Djuwaini. 2008. *Pengantar Fiqh Muamalah*, Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- Duwi Priyatno. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, Jogjakarta: CV Andi Offset
- Edia Satria. 2014. “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry Di Kota Sungai Penuh Jambi”. *Jurnal Ekonomi*
- Endang Mardiani. 2013. “Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing)”. *Jurnal Ekonomi Vol.4 No.2*
- Endy Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*, Jogjakarta: Andi Ofset

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Francis Tantri. 2009. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Gemala Dewi. 2005. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta:Kencana
- Hendi Suhendi. 2010. *Fiqh Muamalah*, Jakarta:Rajawali Press
- Hidayat.Taufik. 2017. *Panduan Membuat Toko Online dengan OS Commerce*, Jakarta: Media Kita
- Husein Umar. 2009. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Junaidi, dkk. 2012. *Bisnis Spektakuler*, Jogjakarta: CV. Andi Offset
- KBertens. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*, Jogjakarta: Kanisius
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Malahayati. 2010. *Rahasia SuksesBisnis Rasulullah*, Jogjakarta: Jogja Great Publisher
- Marius P. Angipora. 1999. *Dasar-dasar Pemasara*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- M Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana
- Meier, A dan Stormer. 2009. *e-Business and e-Commerce*, Terj. Sartono, Jakarta: Galaksi Media
- M Iqbal Hasan. 2009. *Statistik 1 : Statistik Deskriptif*, Jakarta: Bumi Aksara
- Muhammad Idrus. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta: Erlangga
- Okta Nofri. 2018. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 5 No.1
- Philip Kotler. 2004. *Marketing Management*, Jakarta: Prnhallindo
- Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat
- Redo Ikawal Jannah. 2017. “Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Tiket Online pada Sist Fast Tour And Travel: PT Ripirsi Lukman Familintravel di Pekanbaru Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, (Pekanbaru: Perpustakaan UIN SUSKA Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Riduwan. 2014. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- _____. 2013. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta
- Saifudin Azwar. 2007. *Metode Penelitian*, Jogjakarta: Pustaka Belajar
- Sofjan Assauri. 2011. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Sri Wigati. 2011. “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Surabaya : Perpustakaan IAIN Sunan Ampel. *Jurnal 01 Vol.01*
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta
- Wahyu Purhantara. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, Jogjakarta: Graha Ilmu
- Suharwadi K. Lubis. 2000. *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Jogjakarta: Andi
- _____. 2009. *Metode Riset Bisnis*, Jogjakarta: Andi
- Susi Batik. 2012. “Pengaruh Harga Dan Pelayanan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Grab Pada Mahasiswa Febi Uin Walisongo Semarang”, *Jurnal Ekonomi Islam*
- Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Jogjakarta: Graha Ilmu
- Usman Efendi. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Zekrianto. 2015. “Pengaruh Minta Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Bermerek Pada Distro Hurricane Di Kecamatan Tampan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”, Pekanbaru : Perpustakaan UIN SUSKA Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH APLIKASI *BALILANJO.COM* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA MASYARAKAT**

KOTA SUNGAI PENUH DITINJAU DARI**PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Assalamualaikum Wr. Wb

A. Pendahuluan

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, maka dengan ini peneliti:

Nama : Prima Wilona Puspita

Nim : 11625200515

Jurusan : Ekonomi Syariah

Melalui kuesioner/angket ini, sesungguhnya dari Bapak/Ibu/saudara/i sebagai responden yang terpilih, data penulis mohon bantuan Bapak/Ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner/angket penelitian ini sesuai dengan data dan informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan dijamin kerahasiaan dan tidak akan mempengaruhi aktivitas Bapak/Ibu/saudara/i.

Atas bantuan Bapak/Ibu/saudara/i dalam pengisian kuesioner/angket ini peneliti mengucapkan terima kasih.

Disetujui Oleh Pembimbing

Bambang Hermanto, M.Ag
NIP.19780214200003 1 001

Hormat Penulis

Prima Wilona Puspita
NIM.11625200515



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KUISIONER

PENGARUH APLIKASI *BALILANJO.COM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA SUNGAI PENUH MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Tempat penelitian: Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi

I. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

- a. Isilah data pribadi Anda.
- b. Bacalah dengan teliti setiap pernyataan dan jawablah yang paling sesuai dengan keadaan dan pendapat Anda.
- c. Berilah tanda ceklis (✓) pada pilihan jawaban yang Anda kehendaki pada jawaban yang telah tersedia.

Keterangan:

STS	= Sangat Tidak Setuju
TS	= Tidak Setuju
S	= Setuju
SS	= Sangat Setuju

II. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin : P/L *)

III. Karakteristik Responden

1. Berapa usia Anda?
 - a. < 25 tahun
 - b. 25-35 tahun
 - c. >35 tahun
2. Berapa pendapatan Anda dalam satu bulan?
 - a. Rp 500.000
 - b. Rp 500.000 - Rp 1000.000



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000
- d. Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000
- e. Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000
- f. > Rp 4.000.000

3. Jenis *handphone* yang Anda miliki?

- a. HP biasa (tanpa kamera)
- b. Android
- c. Iphone

4. Pekerjaan Anda saat ini?

- a. Mahasiswa
- b. Pegawai Negeri Sipil
- c. Pegawai Swasta
- d. Dan lain-lain

5. Pendidikan terakhir Anda?

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA
- d. S1
- e. S2
- f. S3

2. Pernyataan

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
a. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan promosi produk pada aplikasi <i>Balilango.com</i>.					
1	Iklan produk pada aplikasi <i>Balilango.com</i> mampu tersebar secara meluas sehingga saya dengan mudah mengetahui tentang produk yang ada.				
2	Promosi yang ditawarkan perusahaan mampu membujuk saya untuk membeli produk yang ada pada				



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	aplikasi <i>Balilanj.com</i> .				
3	Iklan yang disampaikan mampu memberikan saya keyakinan terhadap kualitas produk yang disediakan.				
b. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan harga produk pada aplikasi <i>Balilanj.com</i>.					
4	Saya suka membeli produk yang ada pada aplikasi <i>Balilanj.com</i> karena harga yang ditetapkan pada produk tidak jauh berbeda dengan yang dijual di toko.				
5	Saya tidak terlalu melihat berapa berapa harga produk, yang saya perhatikan adalah rasa dan kualitas dari produk tersebut.				
6	Sebelum melakukan keputusan pembelian saya membandingkan terlebih dahulu harga produk pada aplikasi lainnya.				
c. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan teknologi yang pada aplikasi <i>Balilanj.com</i>.					
7	Tampilan <i>Balilanj.com</i> sangat menarik bagi pembeli online.				
8	Penggunaan aplikasi <i>Balilanj.com</i> lebih sederhana sehingga saya gampang menggunakannya				
9	Pemesanan pada aplikasi <i>Balilanj.com</i> lebih cepat dan barang sampai dengan cepat sehingga lebih efektif				
d. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan kualitas atau <i>physical evidence</i> produk yang pada aplikasi <i>Balilanj.com</i>.					
10	Kualitas produk yang diberikan sesuai dengan spesifikasi yang ada				
11	Saya percaya akan menu-menu yang disediakan pada aplikasi <i>Balilanj.com</i> tidak mengecewakan				
12	Saya memilih berbelanja pada aplikasi <i>Balilanj.com</i> karena telah memiliki ikatan emosional yang meyakini bahwa produk-produknya berkualitas				
e. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan ekonomi.					
13	Saya akan melakukan pembelian kembali pada produk yang ada pada aplikasi <i>Balilango.com</i> setelah saya merasakan kepuasan terhadap produk yang saya pesan				
14	Saya memesan produk pada aplikasi <i>Balilango.com</i> paling tidak dua kali dalam seminggu				
15	Saya membeli produk pada aplikasi <i>Balilango.com</i> karena sesuai dengan kondisi ekonomi saya.				
f. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan sosial.					
16	Saya lebih yakin dengan orang yang menyampaikan langsung informasi mengenai produk daripada melalui iklan				
17	Berbelanja secara online sesuai dengan kebutuhan saya.				
18	Saya membeli produk melalui aplikasi <i>Balilango.com</i> karena mencerminkan kelas sosial.				
g. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan budaya.					
19	Saya membeli produk pada aplikasi <i>Balilango.com</i> karena pengaruh dari orang-orang terdekat.				
20	Saya menggunakan aplikasi <i>Balilango.com</i> karena mengikuti perkembangan zaman sudah menjadi hal yang harus dipenuhi di era globalisasi ini.				
21	Saya menggunakan aplikasi <i>Balilango.com</i> dikarenakan belanja online di lingkungan sekitar saya sudah menjadi tren masa kini.				
h. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan lokasi.					
22	Saya suka menggunakan aplikasi <i>Balilango.com</i> karena jumlah drivernya sudah banyak sehingga dekat dengan toko-toko produk yang saya inginkan.				
23	Lokasi kantor manajerial <i>Balilango.com</i> dapat ditemukan				



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	dengan mudah.				
24	Jangkauan pengantaran produk pada aplikasi <i>Balilango.com</i> lebih luas sehingga tidak khawatir jika meminta driver mengantarkan barang ke alamat yang cukup jauh.				
i. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan proses.					
25	Saya mudah mendapatkan yang saya cari di <i>Balilango.com</i> .				
26	Saya merasa instruksi di <i>Balilango.com</i> jelas dan dapat dimengerti				
27	Tersedia lebih dari satu admin sehingga konsumen bisa menghubungi ke admin yang lain jika tidak ada tanggapan.				
j. Pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan produk.					
28	Menu pada aplikasi <i>Balilango.com</i> lebih bervariasi sehingga saya lebih menyukai aplikasi ini.				
29	Produk yang diantar sesuai dengan pesanan konsumen (tidak pernah salah).				
30	Produk yang disediakan sesuai dengan selera saya.				

REKAPITULASI HASIL KUISIONER PENELITIAN

X

Y

No		REKAPITULASI HASIL KUISIONER PENELITIAN																								TOTAL SKOR
		X												Y												
		PROMOSI				HARGA				KUALITAS				TEKNOLOGI				KEPUTUSAN PEMBELIAN								
Q2	Q3	Q4	JUMLAH	Q5	Q6	Q7	Q8	JUMLAH	Q9	Q10	Q11	JUMLAH	Q12	Q13	Q14	JUMLAH	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	JUMLAH			
1	Hak Cipta D	4	4	13	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	4	4	24	76		
2	Hak Cipta D	4	4	16	4	5	4	17	5	5	4	14	4	5	5	14	4	4	4	4	5	4	25	86		
3	Hak Cipta D	5	5	17	5	5	5	20	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	5	5	4	28	94		
4	Hak Cipta D	3	3	2	13	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	5	5	5	30	91		
5	Hak Cipta D	5	4	17	4	4	4	16	4	3	1	8	4	4	4	12	4	4	4	4	3	1	20	73		
6	Hak Cipta D	4	4	16	5	5	5	20	4	4	5	13	3	4	4	11	5	4	4	4	5	5	26	90		
7	Hak Cipta D	4	4	15	5	4	5	19	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	5	4	5	27	87		
8	Hak Cipta D	4	4	15	3	4	4	14	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	3	4	4	4	25	85		
9	Hak Cipta D	4	4	15	4	4	4	17	5	5	4	14	4	4	4	12	3	4	4	4	5	4	24	82		
10	Hak Cipta D	4	4	15	4	4	4	17	4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	4	4	5	4	25	85		
11	Hak Cipta D	4	4	14	5	4	4	17	4	4	4	12	4	5	4	13	5	4	4	4	4	4	25	85		
12	Hak Cipta D	3	4	14	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	4	4	4	24	80		
13	Hak Cipta D	3	5	14	4	5	4	17	5	5	4	14	4	4	5	13	4	5	4	4	4	4	24	81		
14	Hak Cipta D	4	4	16	4	4	5	17	4	4	5	13	4	4	5	13	5	4	4	5	4	5	27	86		
15	Hak Cipta D	4	4	16	4	4	5	17	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	4	4	5	5	27	94		
16	Hak Cipta D	2	3	3	10	3	4	14	3	3	4	10	2	3	4	9	4	4	4	5	3	4	24	67		
17	Hak Cipta D	3	3	5	15	3	3	12	4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	3	3	4	5	22	71		
18	Hak Cipta D	2	3	4	10	3	3	12	3	3	3	9	2	3	3	8	4	4	4	5	5	5	27	76		
19	Hak Cipta D	2	3	3	9	4	4	16	4	4	4	12	2	3	3	8	4	4	4	5	4	4	25	70		
20	Hak Cipta D	2	3	1	9	3	3	12	3	3	3	9	2	3	3	8	4	4	4	5	4	4	25	70		
21	Hak Cipta D	2	4	3	10	4	4	16	4	4	4	12	2	4	4	10	3	3	3	4	4	4	21	59		
22	Hak Cipta D	3	5	4	14	5	5	20	5	5	5	15	3	5	5	13	5	5	5	5	5	5	30	92		
23	Hak Cipta D	3	2	1	9	3	3	12	3	3	3	9	3	1	3	7	3	3	3	3	3	3	18	55		
24	Hak Cipta D	2	3	2	8	4	3	14	4	3	4	11	1	2	3	6	3	3	3	4	3	4	20	59		
25	Hak Cipta D	3	3	4	11	3	3	12	4	3	3	10	2	4	4	10	3	3	3	4	3	3	19	62		
26	Hak Cipta D	4	4	5	17	5	5	19	4	5	5	14	4	5	5	14	4	4	4	4	5	5	26	90		
27	Hak Cipta D	3	4	3	14	4	4	16	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	4	4	4	24	80		
28	Hak Cipta D	3	5	4	16	4	4	17	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24	79		
29	Hak Cipta D	3	4	4	15	4	5	17	4	4	4	12	3	4	5	12	5	4	4	4	4	4	25	82		
30	Hak Cipta D	3	4	4	15	4	4	16	5	4	4	13	5	4	5	14	4	4	4	4	4	4	24	82		
31	Hak Cipta D	4	4	3	15	5	4	17	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	3	4	4	4	23	83		
32	Hak Cipta D	4	5	4	17	4	5	17	4	4	5	13	4	4	5	13	5	4	5	5	4	5	28	88		
33	Hak Cipta D	2	3	1	9	4	4	14	3	3	3	9	1	2	4	7	3	4	3	3	3	3	19	58		
34	Hak Cipta D	4	4	4	16	4	4	16	5	5	5	15	3	4	4	11	5	5	4	5	5	5	29	87		
35	Hak Cipta D	4	4	4	16	5	5	20	5	5	5	15	3	5	5	13	4	4	4	5	5	5	27	91		
36	Hak Cipta D	4	4	4	16	5	5	20	5	5	5	15	5	3	4	12	4	4	4	4	5	5	26	89		
37	Hak Cipta D	2	4	2	12	4	4	16	4	4	4	12	3	3	5	11	4	4	4	4	4	4	24	79		
38	Hak Cipta D	4	4	4	16	5	4	17	5	5	5	15	3	4	4	11	4	4	4	4	4	4	24	75		
39	Hak Cipta D	3	4	4	15	4	4	16	4	4	4	12	3	3	5	11	4	4	4	4	4	4	24	78		
40	Hak Cipta D	3	4	3	14	4	4	16	4	5	5	14	4	5	5	14	5	4	4	4	5	5	27	85		
41	Hak Cipta D	3	3	5	16	5	5	20	5	5	5	15	3	4	4	11	5	5	5	5	5	5	30	92		
42	Hak Cipta D	3	4	4	15	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	4	4	4	24	78		

TABEL UJI F

$\alpha = 0,05$ $df_2 = (n - k - 1)$	$df_1 = (k - 1)$							
	1	2	3	4	5	6	7	8
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TABEL DURBIN WATSON (DW), $\alpha = 5\%$

	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
1	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
2	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
3	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
4	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
5	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
6	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
7	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
8	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
9	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
10	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
11	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
12	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
13	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
14	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
15	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
16	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
17	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
18	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
19	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
20	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
21	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
22	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
23	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
24	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
25	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
26	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
27	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
28	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
29	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
30	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
31	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
32	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
33	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

TABEL r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta dimiliki Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Ha

TABEL t

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

iversity of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dinding
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta

Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

HASIL OUTPUT SPSS

Frequencies

Statistics																					
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20
N	Valid	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

Q1				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	20,0	20,0
	3	18	36,0	56,0
	4	20	40,0	96,0
	5	2	4,0	100,0
	Total	50	100,0	

Q2				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	4,0	4,0
	3	14	28,0	32,0
	4	28	56,0	88,0
	5	6	12,0	100,0
	Total	50	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Q3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	22,0	22,0	22,0
	2	3	6,0	6,0	28,0
	3	14	28,0	28,0	56,0
	4	19	38,0	38,0	94,0
	5	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,0	2,0	2,0
	2	2	4,0	4,0	6,0
	3	7	14,0	14,0	20,0
	4	33	66,0	66,0	86,0
	5	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	14,0	14,0	14,0
	4	29	58,0	58,0	72,0
	5	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	14,0	14,0	14,0
	4	29	58,0	58,0	72,0
	5	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Q7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	16,0	16,0	16,0
	4	27	54,0	54,0	70,0
	5	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	20,0	20,0	20,0
	4	27	54,0	54,0	74,0
	5	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	14,0	14,0	14,0
	4	24	48,0	48,0	62,0
	5	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	20,0	20,0	20,0
	4	20	40,0	40,0	60,0
	5	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Q11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,0	2,0	2,0
	3	7	14,0	14,0	16,0
	4	24	48,0	48,0	64,0
	5	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4,0	4,0	4,0
	2	10	20,0	20,0	24,0
	3	13	26,0	26,0	50,0
	4	17	34,0	34,0	84,0
	5	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q13					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,0	2,0	2,0
	2	2	4,0	4,0	6,0
	3	12	24,0	24,0	30,0
	4	21	42,0	42,0	72,0
	5	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q14					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	24,0	24,0	24,0
	4	17	34,0	34,0	58,0
	5	21	42,0	42,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Q15					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	18,0	18,0	18,0
	4	28	56,0	56,0	74,0
	5	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q16					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	14,0	14,0	14,0
	4	36	72,0	72,0	86,0
	5	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q17					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	22,0	22,0	22,0
	4	35	70,0	70,0	92,0
	5	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q18					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	8,0	8,0	8,0
	4	33	66,0	66,0	74,0
	5	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q19					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	20,0	20,0	20,0
	4	20	40,0	40,0	60,0
	5	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Q20					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,0	2,0	2,0
	3	7	14,0	14,0	16,0
	4	24	48,0	48,0	64,0
	5	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Reliability

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,945	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Regression

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTAL_TEKNOLOGI , TOTAL_KUALITAS, TOTAL_HARGA, TOTAL_PROMOSI ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: TOTAL_Y			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,868 ^a	,753	,731	1,583	1,968
a. Predictors: (Constant), TOTAL_TEKNOLOGI, TOTAL_KUALITAS, TOTAL_HARGA, TOTAL_PROMOSI					
b. Dependent Variable: TOTAL_Y					

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	343,646	4	85,912	34,263	,000 ^b
	Residual	112,834	45	2,507		
	Total	456,480	49			
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						
b. Predictors: (Constant), TOTAL_TEKNOLOGI, TOTAL_KUALITAS, TOTAL_HARGA, TOTAL_PROMOSI						

UIN SUSKA RIAU

- Hak
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,168	1,658		3,720	,001		
	TOTAL_PROMOSI	,025	,141	,023	,176	,861	,330	3,035
	TOTAL_HARGA	,386	,155	,295	2,488	,017	,390	2,564
	TOTAL_KUALITAS	,916	,167	,612	5,492	,000	,442	2,264
	TOTAL_TEKNOLOGI	,005	,169	,004	,028	,978	,313	3,192
a. Dependent Variable: TOTAL_Y								

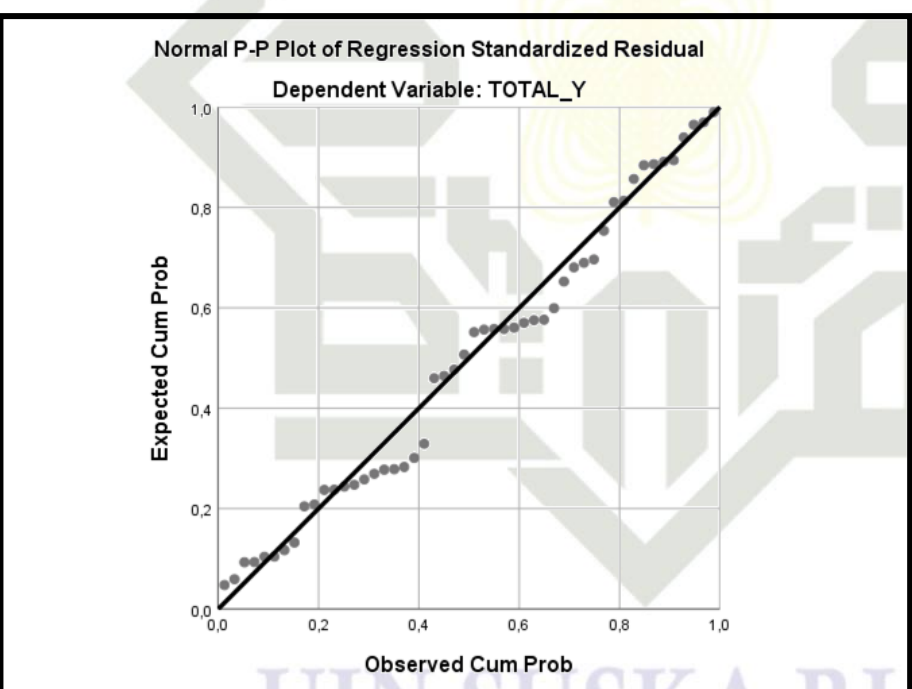
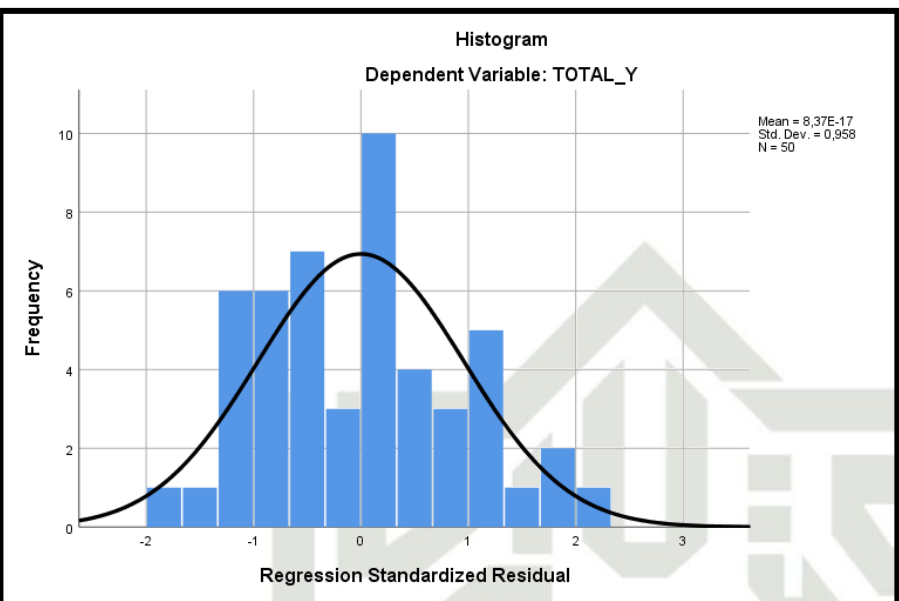
Collinearity Diagnostics ^a								
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	TOTAL_P ROMOSI	TOTAL_ HARGA	TOTAL_ KUALIT AS	TOTAL_ TEKNO LOGI
1	1	4,950	1,000	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,026	13,918	,31	,11	,01	,01	,14
	3	,011	21,149	,52	,06	,04	,54	,04
	4	,008	24,868	,00	,80	,04	,03	,68
	5	,006	29,966	,17	,02	,91	,42	,14
a. Dependent Variable: TOTAL_Y								

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	19,31	28,13	24,48	2,648	50
Std. Predicted Value	-1,953	1,379	,000	1,000	50
Standard Error of Predicted Value	,240	,936	,482	,136	50
Adjusted Predicted Value	18,92	28,32	24,48	2,623	50
Residual	-2,641	3,663	,000	1,517	50
Std. Residual	-1,668	2,313	,000	,958	50
Stud. Residual	-1,742	2,440	-,001	1,011	50
Deleted Residual	-2,883	4,077	-,005	1,690	50
Stud. Deleted Residual	-1,784	2,591	,003	1,029	50
Mahal. Distance	,141	16,123	3,920	2,972	50
Cook's Distance	,000	,135	,023	,029	50
Centered Leverage Value	,003	,329	,080	,061	50
a. Dependent Variable: TOTAL_Y					

Charts

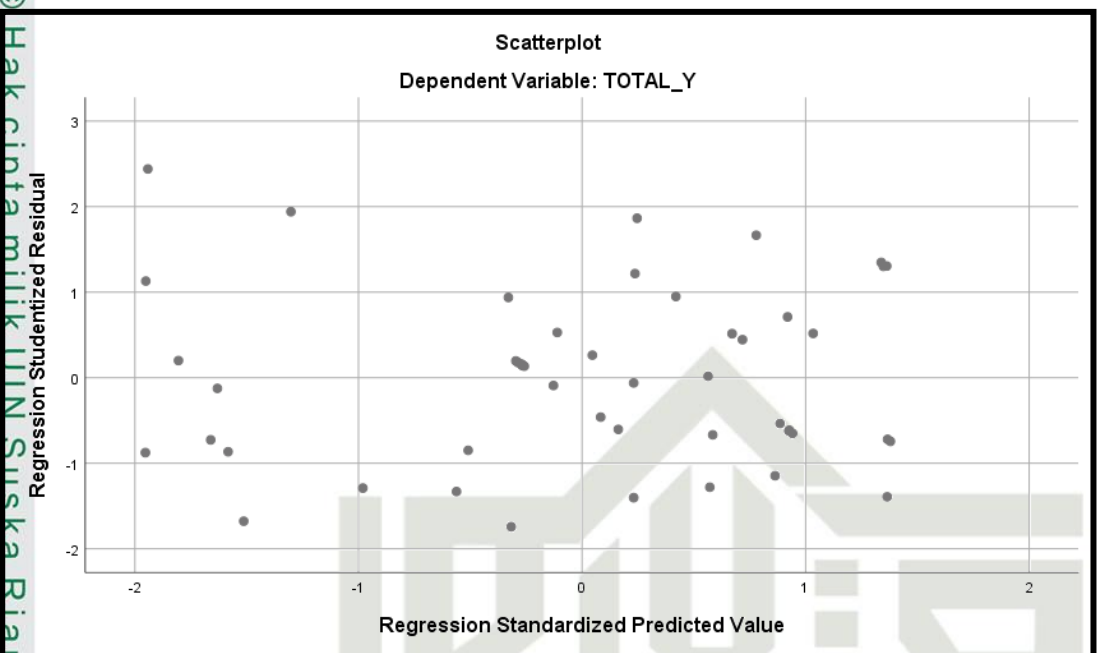
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Himpunan Ahli UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كآبة الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Norma : Un.04/F.I/PP.00.9/10056/2019
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 23 Desember 2019

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : PRIMA WILONA PUSPITA
NIM : 11625200515
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VII (Tujuh)
Lokasi : Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
:Pengaruh Aplikasi Balilango.com Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada
Masyarakat Kota Sungai Penuh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan

Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau



Undang-Undang

milik UIN Suska Riau

Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email: dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



032010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/29185
TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F/PP.00.9/10056/2019 Tanggal 23 Desember 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : **PRIMA WILONA PUSPITA**
2. NIM / KTP : **11625200515**
3. Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**
4. Jenjang : **S1**
5. Alamat : **JAMBI**
6. Judul Penelitian : **PENGARUH APLIKASI BALILANJO.COM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA SUNGAI PENUH DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**
7. Lokasi Penelitian : **MASYARAKAT KOTA SUNGAI PENUH PROVINSI JAMBI**

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Dengan rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 26 Desember 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Gubernur Jambi
Upt. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Jambi
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul "Pengaruh Aplikasi *Balilanjoo.com* Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Masyarakat Kota Sungai Penuh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", ditulis oleh saudara :

Nama : Prima Wilona Puspita
NIM : 11625200515
Program Studi : Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada : 17 Desember 2019
Hari / Tanggal : Selasa, 17 Desember 2019
Narasumber : Hairul Amri, M.Ag

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Maret 2020
Narasumber

Kasubbag Akademik Kemahasiswaan
dan Alumni Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag
NIP. 19750801 200701 1 023

Hairul Amri, M.Ag
NIP. 19730823 200112 1 003

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM**

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

1. N A M A : Prima wilona puspita
2. NOMOR MAHASISWA : 11625200515
3. JUDUL USUL PENELITIAN : Pengaruh aplikasi balilanjoo.com terhadap keputusan pembelian secara online di kota sungai penguuh ditinjau dari perspektif ekonomi islam
4. Hari/Tgl. Diseminarkan : Selasa / 17 Desember 2019
5. Hasil Seminar dirumuskan adalah :
 - a. Judul : ~~Disetujui / Ditolak~~ / Disempurnakan
 - b. Latar Belakang Masalah : ~~Jelas / Masih Kabur~~ / Perlu Perbaikan
 - c. Permasalahan : ~~Jelas / Masih Kabur~~ / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas
 - d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian : ~~Jelas / Mengambang~~ / Perlu Perbaikan
 - e. Kerangka Teoritis (jika ada) : ~~Jelas / Kurang Jelas~~ / Perlu Disempurnakan
 - f. Rumusan Hipotesis (jika ada) : ~~Cukup Tajam~~ / Perlu Dipertajam
 - g. Metode Penelitian : ~~Jelas / Masih Kabur~~ / Perlu Perbaikan
 - h. Daftar Pustaka : ~~Cukup~~ / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER



Hairul Amri, M.Ag

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar
Dikonsultasikan dengan WD I

PEMERINTAH KOTA SUNGAI PENUH BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jln. Yos Sudarso No.9 Desa Gedang Telp/Fax. (0748) 22162 Sungai Penuh

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 070/ // / Kesbangpol /I /2020

- : 1. Permendagri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah
- 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
- 3. Peraturan Walikota Sungai Penuh Nomor 35 Tahun 2019 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Sungai Penuh
- : a. Surat Dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/29185 Tanggal 26 Desember 2019 perihal Rekomendasi.
- b. Berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud huruf (a) diatas perlu dikeluarkan rekomendasi riset / Penelitian sesuai dengan proposal yang diajukan.

Kepala Badan Kesbangpol Kota Sungai Penuh, memberikan rekomendasi kepada :

Nama : **PRIMA WILONA PUSPITA**

NIM : **11625200515**

Pekerjaan : **MAHASISWI**

Kebangsaan : **INDONESIA**

Alamat : **Desa Talang Lindung Kecamatan Sungai Bungkal**

- : Melakukan penelitian Dengan judul : **PENGARUH APLIKASI BALILANJO.COM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA SUNGAI PENUH DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

- Tempat Penelitian : 1. Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Sungai Penuh
- 2. Masyarakat Kota Sungai Penuh

- Waktu : 6 bulan

- Dengan Ketentuan : 1. Sebelum melakukan Riset / Penelitian terlebih dahulu melapor kepada Kepala / pimpinan dan pihak-pihak terkait setempat, untuk mendapat petunjuk seperlunya.
- 2. Wajib menjaga tata tertib dan menaati ketentuan yang berlaku di Dinas / Instansi Pemerintah Kota Sungai Penuh.
- 3. Tidak dibenarkan melakukan Riset / penelitian yang tidak ada kaitannya dengan judul Riset / Penelitian dimaksud.
- 4. Tidak menggunakan Rekomendasi Penelitian ini untuk tujuan tertentu, di luar rekomendasi yang diterbitkan.
- 5. Rekomendasi ini akan dicabut kembali apabila pemegangnya tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.
- 6. Hasil pengambilan data di serahkan kepada Walikota Sungai Penuh melalui Badan Kesbang dan Politik Kota Sungai Penuh I(Satu) exemplar.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya

Sungai Penuh, 8 Januari 2020



**KABAN KESBANG DAN POLITIK
KOTA SUNGAI PENUH**

LEDDI SEPDINAL, SH

Pembina

NIP. 19710905 200604 1 003

Tembusan :

- 1. Bapak Walikota Sungai Penuh
- 2. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Sungai Penuh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : PRIMA WILONA PUSPITA

NIM : 11625200515

Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Judul : *Pengaruh Aplikasi Balilango.Com Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Masyarakat Kota Sungai Penuh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*

Pembimbing : Bambang Hermanto, M.Ag

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, September 2020

Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL

NIP. 198804302019031010

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Prima Wilona Puspita lahir di Kota Sungai Penuh pada tanggal 23 Desember 1997 merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Lahir dari pasangan Zulfajri dan Maira Deswita. Tinggal di Desa Talang Lindung, Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Riwayat pendidikan TK Islam Amanah Sungai Penuh (2002-2004), SD-IT Amanah Sungai Penuh (2004-2008), SDN 11/XI Percontohan (2009-2010), MTsN Model Sungai Penuh (2011-2013), MAN 1 Sungai Penuh (2014-2016), UIN SUSKA Riau (2016-2020).

Selama menempuh pendidikan di MAN 1 Sungai Penuh, penulis mengambil jurusan Keagamaan atau PAI (Pendidikan Agama Islam). Setelah lulus MA, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan mengambil jurusan Ekonomi Syari'ah di Fakultas Syari'ah dan Hukum.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.